பகுதி 2

இணைய தொழில்நுட்பங்கள்

ரவி நடராஜன்

இணைய தொழில்நுட்பங்கள் – பகுதி இரண்டு

இணைய தொழில்நுட்பங்கள் – பகுதி இரண்டு

ரவி நடராஜன்

மின்னூல் வெளியீடு : **http://FreeTamilEbooks.com**

சென்னை

Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

You are free: to Share — to copy, distribute and transmit the work; to make commercial use of the work

Under the following conditions:

Attribution — You must attribute the work in the manner specified by the author or licensor (but not in any way that suggests that they endorse you or your use of the work).

No Derivative Works — You may not alter, transform, or build upon this work.

காப்புரிமை தகவல்:

நூலில் எந்த ஒரு மாறுதலும் செய்ய அனுமதியில்லை என்ற நிபந்தனையின் கீழ் பதிப்புரிமை வழங்கப் படுகிறது.

இதனை விலையில்லாமல் விநியோகிக்கவோ, அச்சிட்டு வெளியிடும் செலவினை ஈடுகட்டும் விதமாக கட்டணம் வசூலித்து விற்பனை செய்யவோ முழு உரிமை வழங்கப்படுகிறது.

This book was produced using PressBooks.com.

உள்ளடக்கம்

- இணைய தொழில்நுட்பங்கள் – பகுதி இரண்டு
- முன்னுரை
- 1. இலவச இணையம் – எப்படி சாத்தியம்?
- 2. இலவச இணையம் – எப்படி சாத்தியம்? பகுதி 2
- 3. சில பழைய நிறுத்தப்பட்ட சேவைகளை இலவசமாக்குவது
- 4. சில பொருட்களின்/சேவைகளின் பயன்பாடுகளை (accessories) இலவசமாக்குவது
- 5. உள்ள சேவைகளில் சிலவற்றை இலவசமாக்குவது
- 6. சேவை இலவசம். பயன்பட்டால் மட்டுமே கட்டணம்
- 7. தயாரிப்புகளைப் பற்றிய விமர்சனம் மற்றும் இலவச சோதனை பங்கேற்பு
- 8. லாபநோக்கற்ற ஆனால் உலகிற்கு இலவசமாக பறைசாற்றுவது
- 9. லாபநோக்கற்ற நல்லெண்ணம்
- 10. பலவகை சமூகத்தினருக்கும் இலவச சேவையைத் தருதல் (facilitation)
- 11. இலவச இணையம் – எப்படி சாத்தியம்? பகுதி 3
- 12. கூட்டமூலத்துவம் (crowdsourcing) – ஒரு அலசல்
- 13. இணையத்தில் எல்லாம் சுகமா?
- 14. உருப்படியான யோசனைகள்
- 15. முடிவுரை
- 16. பணமற்ற எதிர்காலமா அல்லது எதிர்காலமற்ற பணமா?
- 17. சரித்திரம்
- 18. வங்கிகள், வங்கிகள்!
- 19. கார்டுகள் கார்டுகள்!
- 20. அரசாங்க சேவைகள்
- 21. அங்கத்தினர் சேவைகள்
- 22. விமானப் புள்ளி கார்டுகள்
- 23. அரசாங்கத்தைவிட பெரிசு
- 24. பணமற்ற எதிர்காலமா அல்லது எதிர்காலமற்ற பணமா? – இரண்டாம் பகுதி
- 25. இணைய வங்கிகள் – முந்தைய

அமைப்புகளின் இணைய வடிவம்
- 26. இணையத்தில் கிரெடிட் கார்டுகள் – முந்தைய அமைப்புகளின் இணைய வடிவம்
- 27. புதிய இணைய முறைகள்
- 28. செல்பேசி நிதி முறைகள்
- 29. பணமற்ற எதிர்காலமா அல்லது எதிர்காலமற்ற பணமா? – இறுதிப் பகுதி
- 30. புதிய கரண்சிகள்?
- 31. பணத்தின் எதிர்காலம்?
- முடிவுரை
- Free Tamil Ebooks – எங்களைப் பற்றி
- உங்கள் படைப்புகளை வெளியிடலாமே

1

இணைய தொழில்நுட்பங்கள் – பகுதி இரண்டு

இணைய தொழில்நுட்பங்கள் – பகுதி இரண்டு

உருவாக்கம்: ரவி நடராஜன்

மின்னஞ்சல்: ravinat@gmail.com

மேலட்டை உருவாக்கம்: மனோஜ் குமார்

மின்னஞ்சல்: socrates1857@gmail.com

மின்னூலாக்கம் : சிவமுருகன் பெருமாள்

மின்னஞ்சல் : sivamurugan.perumal@gmail.com

உரிமை – Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

உரிமை – கிரியேட்டிவ் காமன்ஸ். எல்லாரும் படிக்கலாம், பகிரலாம்.

முன்னுரை

சொல்வனம்' இதழில் 2010 மற்றும் 2011 – ல் எழுதிய இணையம் சம்மந்தப்பட்ட கட்டுரை தொகுப்பு , இப்புத்தகம் . இதில் இரு பகுதிகள் அடக்கம் .

முதல் பகுதி , " எப்படி பல சேவைகள் இணையத்தில் இலவசமாக கிடைக்கிறது ?" என்ற கேள்வியை ஆராயும் மூன்று கட்டுரைகள் . காற்றைத் தவிர இன்று உலகத்தில் இலவசம் என்று ஏதும் இல்லை என்பதை நாம் அறிவோம் . ஆனால் , எப்படி பல மின்னஞ்சல் சேவைகள் , தேடல் சேவைகள் , உலாவிகள் போன்ற பல மென்பொருட்களும் நிறுவனங்கள் இலவசமாக வெளியிடுகின்றன ? எப்படி இவர்களுக்குக் கட்டுப்படியாகிறது ? இது போன்ற கேள்விகளுக்கு பதிலளிக்கும் எளிமையான கட்டுரைகள் இவை . முக்கியமாக இலவசத்திலும் பல வகைகள் உண்டு . இன்றைய வணிக உலகம் இத்தகைய இலவசங்களின் சக்தியை முழுவதும் புரிந்து கொள்ளவில்லை . இக்கட்டுரைகள் , கணினி விஞ்ஞானம் / மேலாண்மை படிக்கும் மாணவர்களுக்கு புரிவது மிக அவசியம் .

இரண்டாம் பகுதி , இணைய வியாபாரம் பற்றிய மூன்று கட்டுரைகள் . 1990 - களில் , இணையம் மூலம் வியாபாரம் செய்ய மிகவும் தயங்கிய உலகம் , இன்று அதை ஏராளமாக நம்பவும் ஆரம்பித்துள்ளது . இணையமும் , செல்பேசிகளும் தங்களது சக்தியில் வளர்வதால் , புதிய வணிக முறைகள் தோன்றிய வண்ணம் இருக்கின்றன . ' பணம்' என்ற சொல்லுக்கே எதிர்காலம் என்ற ஒன்று இருக்குமா என்ற கேள்வி இன்று கேட்கப்படுகிறது . பல வகைகளிலும் , ப்ளாஸ்டிக் கார்டுகள் , கரண்சி நோட்டுக்களின் வணிக உருவமாக மாறத் தொடங்கிவிட்டது . மேற்குலகில் , பையில் 1 டாலர் கூட இல்லாமல் , பல மாதங்கள் தள்ளலாம் . ஏனென்னில் , ப்ளாஸ்டிக் கார்டுகள் , கொண்டு எதையும் வாங்கலாம் . இன்று 'பிட்காயின்'

என்ற மாற்று பண அமைப்பு பல சர்ச்சைக்குள்ளாகியுள்ளது . எப்படி , இணைய வணிகம் தொடங்கியவுடன் , அரசாங்கங்கள் வரி வருமானம் பாதிக்கப்படுமோ என்று அஞ்சியதைப் போல , இன்று மாற்று பண அமைப்புகள் அரசாங்கங்களுக்கு வயிற்றில் புளியை கரைக்கத் தொடங்கிவிட்டது உண்மை . பணம் என்றால் என்னவென்று இன்று நாம் புரிந்து கொள்வது அவசியமாகிவிட்டது . இன்றைய நிலையில் பணம் என்பதற்கும் , ' டேடா' , அதாவது தரவு என்பதற்கும் வித்தியாசம் இல்லை . உதாரணத்திற்கு , என்னைவிட உங்களிடம் இரு மடங்கு பணம் இருக்கிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம் . எதை வைத்து இப்படிச் சொல்கிறோம் ? உங்களது வங்கி கணக்கு 'டேடா' வைத்துத் தானே ?

வெகு விரைவாக மாறி வரும் புதிய இணைய வணிக முறைகளை புரிந்து கொள்ளுதல் இன்றைய நாகரீகங்களுக்கு அவசியம் . இதில் எல்லா தொழில்நுட்பங்களைப் போலவே , நன்மைகள் மற்றும் மறைமுக தீமைகளும் அடங்கியுள்ளன . இக்கட்டுரைகள் , புதிய இணைய வணிக முறைகளை எப்படி அணுக வேண்டும் , எங்கு உஷாராக இருக்க வேண்டும் என்று எளிமையாக விளக்கும் முயற்சி .

இந்தக் கட்டுரைகளை வெளியிட்ட 'சொல்வனம்' ஆசிரியர் குழுவிற்கு என் மனமார்ந்த நன்றி .

THIS BOOK WAS PRODUCED USING

PRESSBOOKS.COM

Easily turn your manuscript into

EPUB *Nook, Kobo, and iBooks*

Mobi *Kindle*

PDF *Print-on-demand and digital distribution*

PRESSBOOKS.COM

Simple Book Production

1

இலவச இணையம் – எப்படி சாத்தியம்?

“சென்ற முறை நீங்கள் வந்த போது பார்த்த சோபாவை, இணையத்தில் இலவச விளம்பரம் கொடுத்து விற்று விட்டேன்.”

“நான் செய்திதாளே வாங்குவதில்லை. இணையத்தில் இலவசமாக படித்து விடுவேன்.” “நான் இசை குறுந்தட்டுகளே வாங்குவதில்லை. இணையத்தில் இலவசமாக கேட்டு விடுவேன்.”

“என்னிடம் தொலைக்காட்சி பெட்டியே கிடையாது. இணையத்தில் யூடியூப்பில் பார்த்து விடுவேன்.”

“நான் சினிமா தியேட்டர் பக்கம் சென்று பல வருடங்கள் ஆகிவிட்டது. இணையத்தில் எது வேண்டுமோ அந்த சினிமாவை பார்த்து விடுவேன்.”

“புதிதாக வேலையில் சேர்ந்துள்ளேன். இணையம் மூலம் வேலை தேடி, மின்னஞ்சல் பரிமாற்றி, கிடைத்த வாய்ப்பு.”

“என் நண்பர்கள் ஜப்பான், ஆஸ்திரேலியா என்று எங்கிருந்தாலும் ஸ்கைப் மூலம் இலவச அரட்டைதான்.”

“ஏதாவது சந்தேகம் வந்தால் விக்கிபீடியாவில் என் பிள்ளை படித்து அவனுடைய சக மாணவர்களை அசத்தி விடுவான்.”

சமூக உரையாடல்களில் அதிகம் நாம் கேட்கும் வாக்கியங்கள் இவை . ஆங்கிலத்தில் ஒரு பழமொழி உள்ளது – there is nothing like a free lunch . பிறகு இவை மட்டும் எப்படி சாத்தியமாகிறது ? யாருமே கட்டுப்படுத்தாத இணையத்தில் எப்படி இது சாத்தியம் ? மேல்வாரியாக பார்த்தால் சற்று குழப்பமான விஷயம்தான் . ஆனால் , மேல் சொன்ன ஒவ்வொரு

இலவசத்திற்கு பின்னாலும் மிக முக்கிய வியாபார உத்திகள் மறைந்து உள்ளன . அத்துடன் , மாறுகின்ற சமூக மதிப்புகளின் பிரதிபலிப்பு இவை என்றும் கொள்ளலாம் . இதன் வியாபார பிரதிபலிப்பைப் பற்றி ‘சொல்வனத்தில்’ மீடியா பற்றிய கட்டுரைகளில் ஓரளவிற்கு பார்த்தோம் .

சுருக்கமாகச் சொல்வதானால் , கட்டுப்படுத்தப்பட்ட ஒவ்வொரு சேவையும் இணையத்தால் விடுவிக்கப்படுவதன் வெளிப்பாடே இவை !

எப்படிப்பட்ட கட்டுப்பாடு ? உபயோகித்த சாமன்களை விற்க , வாங்க செய்திதாள்களின் விளம்பர கட்டணம் அநியாயத்துக்கு உயரவே , பொதுமக்கள் அந்த சேவையை ரொம்ப அவசியமான விஷயங்களுக்கு மட்டும் பயன்படுத்தத் தொடங்கினார்கள் . இதற்கு ஆயிரம் சட்ட திட்டங்கள் . ஆனால் , இணையத்திலோ இலவசம் .

அதே போல , இணையம் ஜனரஞ்சகமாவதற்கு முன் செய்தித்தாள்கள் மற்றும் பத்திரிகைகள் நமக்குச் செய்தி மற்றும் பொழுதுபோக்காக இருந்தது . அதிலும் , பத்திரிகைகள் வாரம் ஒரு முறையும் , செய்தித்தாள்கள் காலையிலும் என்று கட்டுப்பாட்டுடன் வெளி வந்தன . இணையத்தில் காலை , மாலை , வாரம் , மாதம் என்று எதுவுமில்லை . அத்தோடு , பழைய இதழ்களை தேடுவது காகித முறையில் மிகவும் கடினமாக இருந்தது . எதை வேண்டுமானாலும் தேடிப் படிப்பதற்கு இணையத்திலோ இலவசம் .

குறுந்தட்டுகளில் 12 பாடல்கள் இருந்தால் , பிடித்ததோ பிடிக்காவிட்டாலோ , அத்தனையும் வாங்க வேண்டும் . இணையத்தில் பிடித்த பாடல்களை மட்டுமே தரவிறக்கிக் கொள்ளலாம் ; வாங்கலாம் . மேலும் பல இணையதளங்களில் உங்களுக்குப் பிடித்த பாடல்களை ஒரு பட்டியலிட்டு கேட்டு மகிழ கட்டணம் – ஏதுமில்லை !

தொலைக்காட்சியில் காட்டியதைப் பார்த்தே தொலைக்க வேண்டும் . பல சேனல்கள் வந்தபோதும் , பிடித்த நேரத்தில் பிடித்த நிகழ்ச்சிகள் வருவதில்லை . இணையத்திலோ , எப்பொழுது வேண்டுமானாலும் பிடித்தவற்றைப் பார்க்க முடிகிறது – முற்றிலும் இலவசம் .

சினிமா தியேட்டர் கூட்டம் , படம் வெளிவந்தவுடன் அதிக டிக்கட் விலை போன்ற கட்டுப்பாடுகள் இணையத்தில் இல்லை . இணையத்தில் வெளியான பிறகு பார்ப்பதற்கு என்றும் ஒரே விலை – இலவசம் !

வார நாட்களில் பேச இவ்வளவு , வாரக் கடைசியில் பேச இவ்வளவு , ஜப்பானுக்கு நிமிடத்திற்கு இத்தனை , இத்தாலிக்கு நிமிடத்திற்கு இத்தனை என்று ஆயிரம்

கட்டுப்பாடுகளை தொலைதொடர்பு நிறுவனங்கள் வைத்துப் படுத்தத்தான் செய்தன . ஸ்கைப்பில் எந்நேரமும் ஒரே கட்டணம் – இலவசம் !

பல நூலகங்களை சாப்பிட்டுவிடக்கூடிய விக்கிபீடியா மற்றும் உல்ஃப்ராம் ஆல்ஃபா எப்பொழுதும் திறந்திருக்கிறது . பஸ் பிடித்துச் செல்லத் தேவையில்லை . தாமதமாக புத்தகத்தை திருப்பித் தந்ததற்கு அபராதம் கிடையாது . தேடிச் சென்ற புத்தகம் இல்லையே என்று ஏமாற்றம் இல்லை (வட அமெரிக்காவில் இணையம் மூலம் நூலக வெளியீடுகளை தேடலாம் , முன்பதிவு செய்யலாம்). தேடிய விஷயத்தை விக்கி மற்றும் உல்ஃப்ராம் தளங்கள் அழகாக காலை 3:00 மணிக்கும் விளக்குகிறது . முற்றிலும் இலவசம் .

தொலைக்காட்சியில் ஒரு நிகழ்ச்சியில் SPB சரணும் , வெங்கட் பிரபுவும் தங்கள் தந்தையர்கள் SPB மற்றும் கங்கை அமரனை கிண்டலடித்தார்கள் , “ பழைய ஸ்கூட்டரை தள்ளிய கதை , பெட்ரோலுக்கு காசில்லை என்று பழையதைச் சொல்லி அறுக்காதீர்கள் !” 1960/70 களில் நம்முடைய பொருளாதாரம் ஒரு பற்றாக்குறை (scarcity economy) பொருளாதாரமாக இருந்தது . இன்று அது ஒரு மிகையான பொருளாதாரமாக மாறி வருகிறது (surplus economy). கட்டுப்பாடுகள் பற்றாக்குறை பொருளாதாரத்தின் வெளிப்பாடு . பழைய பற்றாக்குறை கண்ணோட்டத்தில் இன்றைய இணையத்தைப் பார்த்தால் அது ஒரு பைத்தியக்கார மருத்துவமனை போலத்தான் காட்சியளிக்கும் . இதை அணுக / புரிந்து கொள்ள புதிய கண்ணோட்டம் தேவை .

பொதுவாக , இலவசங்களின் மீது நமக்கு ஒரு அவநம்பிக்கை இருக்கிறது . இலவசமாக ஒரு பொருளோ அல்லது சேவையோ தரப்பட்டால் அந்த பொருள் / சேவையின் தரத்தை சந்தேகப்படும் வாய்ப்பும் உள்ளது . அப்படிப் பார்த்தால் , யாஹூவும் , விக்கிபீடியாவும் தரத்தில் குறைந்தவையா ? இன்று ஒரு MP3 மென்பொருள் இயக்கியை (Software media player) யாரும் காசு கொடுத்து வாங்குவதில்லை . அதேபோல ,

யாரும் இந்தக் கட்டுரையை காசு கொடுத்து வாங்கிய உலாவியால் (browser) படிப்பதில்லை . அதற்காக ஃப்யர்ஃபாக்ஸ் அல்லது க்ரோம் போன்ற உலாவிகளை நாம் குறை சொல்வதில்லை . உலாவிகளில் ஆரம்பித்து இன்று பல இலவசவமாகத் தரப்படும் இணைய மென்பொருள்கள் நிறுவனங்களிடையே கடும் போட்டி நிலவுகிறது . இலவச மென்பொருள் அளிப்பதில் ஏன் போட்டி நிலவ வேண்டும் ? தீபாவளித் தள்ளுபடி சமாச்சாரத்திற்கே நாம் கடைத்தெருக்களில் கூட்டம் அலை மோதுகிறது . ஏறக்குறைய இணையத்தில் தினமும் தீபாவளிதான் . சில இணையதளங்கள் மாம்பலம் ரங்கநாதன் தெருவை விட அதிக நுகர்வோர் வந்து போகிறார்கள் . வித்தியாசம் என்னவென்றால் , மற்றவருடன் இடிபட வேண்டாம் , அனைவரும் மிகவும் சுகமாக சேவைகளை ஒரே தரத்தில் அனுபவிக்கலாம் ! “ சூர்யாவின் தம்பி வந்திருக்கார் , உங்களை அப்புறம் கவனிக்கிறோம்” போன்ற புறக்கணிப்புகள் கிடையாது .

இலவசம் என்றாலே அவநம்பிக்கை கொள்ளும் நாம் , நம்மை அறியாமலே ஒரு உயர் தரத்தை மேற்சொன்ன இலவச மென்பொருள்களோடு சம்மந்தப்படுத்துகிறோம் . முற்றும் முரண்பாடான விஷயம் அல்லவா ? குழப்பமாக உள்ளதல்லவா ? சந்தேக மனோபாவம் எப்படி நம்பிக்கையாக மாறியது ? என்னதான் நடக்கிறது ? இப்படி இலவச மென்பொருள் சேவைகளை அள்ளி வழங்கி , வாடிக்கையாளர்களைக் கவரும் உத்திதான் ‘இணையத்தின் அன்பளிப்புப் பொருளாதாரம்’ (Internet Gift Economy) என்று அழைக்கப்படுகிறது .

ஆரம்ப நாட்களில் இலவச சேவையாகத் தொடங்கிய முன்னோடி , மின்னஞ்சல் . முதலில் ஹாட்மெயில் , பிறகு யாஹூ மற்றும் ஜிமெயில் மின்னஞ்சல் வந்து இன்று பல கோடி மக்கள் நண்பர்கள் , உறவினர்கள் மற்றும் வியாபார சம்மந்தப்பட்ட செய்திகளைப் பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள் . பல கோடி மக்களின் மின்னஞ்சல் மற்றும் புகைப்படங்களை சேகரிப்பதற்கு ராட்சச வழங்கி கணினி வயல்கள் (server farms) தேவை . அவற்றைப் பராமரிப்பது அவ்வளவு எளிதான காரியம்

அல்ல . எதற்காக இலவசமாக இவர்கள் இந்தச் சேவையைக் கொடுக்கிறார்கள் ? இவர்களுக்கு வருமானம் எப்படிக் கிடைக்கிறது ?

உதாரணத்திற்கு , மென்பொருள் உலாவிகளை எடுத்துக் கொள்வோம் . ஃபயர்ஃபாக்ஸ் இன்று பல கோடி மக்களால் உபயோகிக்கப்படுகிறது . இதை உருவாக்கிய மாஸில்லா என்னும் அமைப்பு லாப நோக்குடன் இயங்குவதில்லை . அதே போல பல கோடி இணைய நுகர்வோரைக் கொண்ட க்ரோம் உலாவி கூகிளின் அன்பளிப்பு . போட்டி என்னவோ எந்த மென்பொருள் உலாவியை அதிகம் நுகர்வோர் உபயோகிக்கிறார்கள் , எது மிகவும் வேகமாக செயல்படுகிறது போன்ற விஷயங்களுக்காக . இதில் மென்பொருளை உருவாக்கிய நிறுவனங்களுக்கு என்ன ஆதாயம் ? தள்ளுபடி விற்பனையில் பலருக்கும் வரும் சந்தேகம் , ‘ வியாபாரி , விலையை உயர்த்தி , பிறகு குறைப்பது போல நடிக்கிறார்’ என்பது . இலவசத்தில் சந்தேகம் அதிகரிக்க வேண்டுமல்லவா ? அதுவும் போட்டி வேறு இருந்தால் , கேட்க வேண்டுமா ? ஏதாவது மேற்கத்திய சதியா ? நிச்சயமாக இல்லை .

அமேஸான் இணையதளத்திற்கு சென்றால் , புத்தகத்தின் அறிமுகத்தை ஒரு ட்ரெய்லர் போல படிக்க அனுமதிக்கிறார்கள் . கூகிளிலோ , பல பழைய

புத்தகங்களின் சில அத்தியாயங்களை வருடி (scanned books) படிக்க அனுமதிக்கிறார்கள் . ஆப்பிள் நிறுவனத்தின் ஐடியூன்ஸ் இணையதளத்தில் பல பாட்காஸ்டுகள் இலவசம் . யூட்யூபிலோ , பிகாஸாவிலோ எல்லாமே இலவசம் . அதே போல வெப்எம்டி போன்ற இணையதளங்கள் இலவச மருத்துவ ஆலோசனைகள் வழங்குகிறார்கள் . விக்கிபீடியா போன்ற அமைப்புகள் இலவச தகவல் மூலம் அறிவூட்டுகிறார்கள் . செயல்முறை விளக்கங்களை போன்ற இணையதளங்கள் செயல்முறை அனிமேஷனோடு அழகாகப் பளிச்சென்று புரியும்படி செய்துவிடுகிறார்கள் . ஆங்கிலத்தில் சொல்வார்கள் you can't argue against free! முன்னமே நாம் 'சொல்வனத்தில்' விவரித்தது போல , இணைய விளம்பரங்களுக்கு இடம் பிடிக்க காசு கொடுக்கத் தேவையில்லை . அமேஸானில் பழைய புத்தகம் இருக்கிறது , ஈபேயில் 2005 மாருதி இருக்கிறது என்று விளம்பரம் செய்ய எந்த செலவும் இல்லை . விற்றால்தான் அவர்களுக்குக் காசு கொடுக்க வேண்டும் .

தீபாவளிக்குத் தள்ளுபடியை முன்னிட்டு கூட்டம் வருவது போல , முக்கியமாக மேல் சொன்ன இணையதளங்கள் கூட்டம் சேர்க்கவே இப்படிச் செய்கின்றன . இத்தனை செலவு செய்து கூட்டம் சேர்த்தாகிவிட்டது . அதை வைத்து என்ன செய்வது ? இதில் பல வியாபார உத்திகள் மறைந்து உள்ளன . சில , மிகவும் எளிதான உத்திகள் . சில சிக்கலானவை . எது எப்படி இருந்தாலும் , வியாபார முறைகளைப் பற்றிப் புரட்சிகரமாக சிந்திக்க இந்த அணுகுமுறைகள் மிகவும் உதவியுள்ளன . சில வியாபாரங்கள் இம்முறைகளால் பயனடைந்துள்ளன . பல வியாபாரங்கள் தங்களுக்கும் இதற்கும் சம்மந்தம் இல்லை என்று ஒதுங்கி வேடிக்கை பார்க்கின்றன . அப்படி வேடிக்கை பார்த்த பல வியாபாரங்கள் இன்று தடுமாறவும் செய்கின்றன . இது ஏதோ மேற்கில் நடக்கும் அதிசயம் என்று இந்தியர்கள் மெத்தனமாக இருக்க முடியாது . " அட போங்க ஸார் . நம் நாடு ஏழை நாடு . இதெல்லாம் பணக்கார நாட்டு சமாச்சாரம்" என்றும் ஒதுக்க முடியாது . ஏனென்றால் , இணையத்தில் பணக்காரன் , ஏழை என்ற வித்தியாசம்

கிடையாது . அனைவருக்கும் பல சேவைகளும் இலவசம் – அதனால் , எல்லோரும் சமம் . இணையத்தின் பறந்த வீச்சு நாம் எதிர்பார்ப்பதைவிட சீக்கிரத்தில் நம்மை தாக்க வாய்ப்பிருக்கிறது . இவ்வகை வியாபார உத்திகளைப் புரிந்து கொள்வது அவசியமாகிறது . முக்கியமாக , இக்கட்டுரையை படிக்கும் வாசகர்கள் ஏதாவது வியாபாரத்தில் ஈடுபட்டிருக்கலாம் . இக்கட்டுரை உங்களை உங்கள் வியாபார முறைகளை பற்றிச் சிந்திக்க வைத்து சில கேள்விகளை உங்கள் மனதில் தோற்றுவித்தால் அதுவே உங்களது வெற்றியின் முதல் படி .

எப்படிப்பட்ட கேள்விகள் ?

1. உங்களது வியாபாரத்தின் மிக முக்கிய ஒரு வணிக செய்முறையை (commercial procedure/process) தலைகீழாக எப்படி மாற்றுவது ? உதாரணத்திற்கு , வாடிக்கையாளர்களின் விற்பனை ஆணைகளை (sales orders) ஏன் வாடிக்கையாளர்களே எந்நேரத்திலும் நிரப்பக் கூடாது ?

1. உங்களது பொருட்களை / சேவைகளை உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் ஏன் விமர்சனம் செய்யக் கூடாது ?

1. நீங்கள் சினிமா எடுக்கிறீர்கள் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . அதில் 4 பாடல்கள் இருக்கின்றன என்று வைத்துக் கொள்வோம் . ஏன் , இணையத்தின் மூலம் பாடல் சூழலை விளக்கி நல்ல பாடலை யார் வேண்டுமானாலும் எழுதலாம் என்று போட்டி வைக்கக் கூடாது ? இலவசமாக அருமையான பாடல்களைப் பெற வாய்ப்பு உங்களுக்கு . வளரும் கவிஞருக்கு உங்கள் திரைப்படத்தில் வாய்ப்பு .

1. உங்கள் நிறுவனத்தின் பொருளைப் பற்றிய விமர்சனத்தை ஏன் உங்களது இணையதளத்தில் தைரியமாக வெளியிடக் கூடாது ?

1. உங்களது நிறுவனத்தில் நடக்கும் சில வேலைகளை ஏன் உங்களது நுகர்வோரிடமே

விட்டுவிடக் கூடாது ? உதாரணத்திற்கு , உங்கள் நிறுவனம் பொறியியல் நிறுவனங்களுக்குப் பாகங்களை விற்கிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம் . வாங்கும் நிறுவனங்களுக்குக் கையேடு (parts manual) ஒன்றை வருடா வருடம் அனுப்புகிறீர்கள் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . ஏன் உங்கள் நுகர்வோரே அவர்கள் சௌகரியப்படி உங்களது இணையதளத்தில் தேடும் வசதியோடு கையேடு உருவாக்கி அவர்களது ஆணை முறைகளை எளிதாக்கக் கூடாது ?

அட , ஜாலியாக சொல்வனத்தில் ஏதாவது படிக்கலாம் என்று வந்தால் தலைகீழ் யோசனை எல்லாம் பண்ண சொல்லி கலாய்க்கிறானே என்று தோன்றினால் , அது இயற்கையான ஒரு ரியாக்ஷன்தான் . ஆனால் , இந்த இலவசங்களின் பின்னால் இப்படிப்பட்ட அசௌகரிய சிந்தனைகள் கொட்டிக் கிடக்கின்றன .
இக்கட்டுரையின் இறுதியில் இணையத்தைக் கருத்தில் கொண்டு உங்கள் வியாபாரத்தைப் பற்றி எப்படி சிந்திக்கலாம் என்று மேலும் சில யோசனைகள் தர முயற்சிக்கிறேன் .

2

இலவச இணையம் – எப்படி சாத்தியம்? பகுதி 2

சென்ற கட்டுரையின் இறுதியில் உங்கள் நிறுவனத்தில் சில சேவைகளை இலவசமாகக் கொடுத்து வாடிக்கையாளர்களைக் கவரும்படி முடித்திருந்தேன் . அதற்கு , உங்களுடைய நிறுவனத்தின் எல்லா சேவைகளையும் இலவசப்படுத்த வேண்டும் என்று பொருளல்ல . இன்று இணையத்தில் இலவசமாக்கப்பட்டுள்ள சேவைகளின் பின்னால் உள்ள நோக்கத்தைப் புரிந்து கொண்டால் , சரியாக உங்களது சூழ்நிலையையும் ஆராய்ந்து , நீங்களும் பயன்பெறலாம் என்பதே இக்கட்டுரையின் நோக்கம் .

பழைய விளம்பர மற்றும் வியாபார முறைகள் இன்று பயன் தருவதில்லை . உதாரணத்திற்கு , எது நடந்தாலும் பல நிறுவனங்கள் தங்களது விற்பனை (sales) மற்றும் விளம்பரத்தைப் பற்றி வேறுவிதமாய் சிந்திக்க முன்வருவதில்லை . விற்பனை குறைந்தால் , தொலைக்காட்சி விளம்பர பட்ஜெட்டை உயர்த்தி சரிகட்டச் செய்வது பழைய பஞ்சாங்கம் . நுகர்வோர் இணையத்தின் மூலம் உங்களது தயாரிப்புகளைப் பற்றி முன்பைவிட அதிகமாகத் தெரிந்து வைத்திருக்கிறார்கள் . அதே போல , இயக்க முறைகளைத் (operational methods) தங்களுடைய ஊழியர்களை மீறி யோசிக்க நிறுவனங்கள் தயங்குகிறார்கள் . ஆனால் , விற்பனை குறையும்போது இயக்க ஊழியர்களை வேலைநிறுத்தம் செய்யத் தயங்குவதில்லை . இவை மிகப் பழைய முதலாளித்துவ முறைகள் . சந்தைமாற்றம் (market change) 5 ஆண்டுகளுக்கு ஒரு முறை மாறும் காலத்து உத்திகள் . இன்று 2 மாதத்தில் எல்லாம் மாறி விடுகிறது . புதிய பொருட்கள் / சேவைகள் / திறன்கள் வந்த வண்ணம் இருக்கின்றன . இதற்கேற்ப மாறுவது அவசியமாகி விட்டது . பெரிய வெற்றியைக் கடந்த 10 ஆண்டுகளாகக் கண்டுள்ள நிறுவனங்கள் இந்த

அன்பளிப்புப் பொருளாதாரத்தை சரியாகப் புரிந்து கொண்டுள்ளன . முன்னாளைய வெற்றி நிறுவனங்கள் (உதாரணம் , மைக்ரோசாஃப்ட் , சோனி) இதை சரிவரப் புரிந்து கொள்ளாமல் தடுமாறத்தான் செய்கின்றன .

சரி , இவர்கள் உபயோகிக்கும் உத்திகளை ஒவ்வொன்றாக ஆராய்வோம் :

1. சில பழைய நிறுத்தப்பட்ட சேவைகளை இலவசமாக்குவது

1. சில பொருட்களின் / சேவைகளின் பயன்பாடுகளை (accessories) இலவசமாக்குவது

1. உள்ள சேவைகளில் சிலவற்றை இலவசமாக்குவது

1. முயற்சி இலவசம் . பயன்பட்டால் மட்டுமே கட்டணம்

1. தயாரிப்புகளைப் பற்றிய விமர்சனம் மற்றும் இலவச சோதனை பங்கேற்பு

1. லாபநோக்கறற் ஆனால் உலகிற்கு இலவசமாக பறைசாற்றுவது

1. லாபநோக்கற்ற நல்லெண்ணம்

1. பலவகை சமூகத்தினருக்கும் இலவச வழிவகுத்தல் (facilitation)

1. எல்லாமே இலவசம் (எங்களது மிக முக்கிய தயாரிப்பு உட்பட) – ஆனால் வேறு வழியில் வருமானம்

1. எல்லாவற்றையும் இலவசமாக நுகர்வோரிடம் ஒப்படைத்தல்

இந்த 10 வகை உத்திகளின் வரிசை மிகவும் முக்கியம் . 1 லிருந்து 10 வரை நுகர்வோர் நம்பிக்கை உயர்வின் அடையாளம் . முதல் மூன்று உத்திகள் அரை மனது நம்பிக்கையின் வெளிப்பாடு . கடைசி ஏழு உத்திகள்

அரை முதல் முழு மனது நம்பிக்கையின் வெளிப்பாடு .
முக்கியமாக , உங்களது வியாபாரம் எந்த அளவுக்கு உங்கள் நுகர்வோரின் நம்பிக்கைக்கு ஆளானதோ அதன்படியே உங்களின் இலவச சேவை போக்கும் அமையும்

3

சில பழைய நிறுத்தப்பட்ட சேவைகளை இலவசமாக்குவது

அதிகம் வருமானம் தராத சேவைகளை பராமரிப்பது ஒரு பாரமாக இருக்கலாம் . அதனால் , அதை இலவசமாக வழங்கினால் , பராமரிப்பு பாரம் இருக்காது . இது மிகப் பழைய இலவச முறை . மென்பொருள் மற்றும் புத்தக உலகத்தில் இது மிக அதிகமாக இருக்கிறது . உதாரணம் , இங்கெரஸ் என்ற தகவல்தள மென்பொருள் (database software) ஒரு காலத்தில் பலராலும் காசு கொடுத்து வாங்கப்பட்டது . இன்று , அது இலவசம் . பிரச்சனை ஏதும் வந்தால் , மற்ற உபயோகிப்பாளர்களுடன் சேர்ந்து வழி கண்டுபிடிக்கலாம் – இதெற்கென்று பராமரிப்பு நிறுவனம் இல்லை . அதே போல அமேஸானில் பழைய ஆங்கில நாவல்களை 5 ரூபாய்க்கு கூட வாங்க முடியும் . போக்குவரத்து செலவு மட்டும் ஒரு நூறு மடங்காகும் ! நம்மூரில் , ஒரு பொருளை வாங்கினால் , இன்னொரு அதிகம் விற்காத பொருள் இலவசம் என்பதைப் போன்ற ஒரு உத்தி இது . அதே போல , பல அதிவேக மாற்றம் கொண்ட நுகர்வோர் மின்னணு சாதன வியாபாரத்தில் இப்படி செய்வது , அவர்களது கையிருப்பு செலவுகளை (stocking cost) கட்டுப்படுத்த உதவுகிறது . அதாவது , ஒரு ராட்சச சோனி டிவி வாங்கினால் , ஒரு MP3 இயக்கி இலவசம்

4

சில பொருட்களின்/சேவைகளின் பயன்பாடுகளை **(accessories)** இலவசமாக்குவது

செல்பேசி நுகர்வோர் எல்லோருக்கும் தெரிந்த விஷயம் , அதன் கைநூல் தொலைந்து விட்டால் கவலையில்லை . செல்பேசி நிறுவனத்தின் இணையதளத்தில் எப்பொழுது வேண்டுமானாலும் தரவிரக்கம் செய்து கொள்ளலாம் . அதே போல , பல வங்கிகள் கணக்கு பட்டியலை (Account Statement) தங்களது இணையதளத்திலிருந்து வேண்டிய பொழுது அச்சடித்துக் கொள்ள வசதி செய்து கொடுக்கிறார்கள் . உங்களிடம் உள்ள கணினி அச்சு எந்திரத்துடன் இயக்கி (driver software) மென்பொருள் கணினியின் இயக்கதளத்துடன் (operating system) கொடுக்கப்படுகிறது . இயக்கதளம் அடுத்த புதிய பதிப்புக்கு (version) மாறிவிட்டால் , அச்சு பொறி தயாரிப்பாளர் அவர்களது இணையதளத்தில் புதிய இயக்கியை தரவிறக்கம் செய்ய இலவச வழி செய்கிறார்கள் . இம்முறையும் பராமரிப்பு செலவை குறைக்க ஏற்படுத்தப்பட்ட வழிதான் . நுகர்வோரை நம்பி எந்த சேவையையும் இலவசமாகக் கொடுத்துவிடவில்லை .

5

உள்ள சேவைகளில் சிலவற்றை இலவசமாக்குவது

பல இணையதளங்களில் இந்த உத்தி பின்பற்றப்படுகிறது . பிறந்தநாள் மின்னணு வாழ்த்து (electronic greeting cards) அனுப்பும் தளங்களில் சில எளிமையான கார்டுகள் இலவசம் . ஆனால் , அனிமேஷனுடனோ , இசையுடனோ உள்ள வாழ்த்துக்களுக்குக் கட்டணம் செலுத்த வேண்டும் . அதே போல , சில வகைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பர இணையதளங்கள் , வார்த்தைகள் மட்டுமே கொண்ட விளம்பரங்களை இலவசமாக அனுமதிக்கின்றன . படங்களுடன் பெரிய எழுத்துக்களுடன் குறிப்பிட்ட வகையில் (சைக்கிள் விளம்பரம்) முதலில் தோன்றுவதற்கு கட்டணம் உண்டு . இந்த வகையில் , பல இணையதளங்களில் தனியாருக்கு இலவசம் , வியாபாரங்களுக்கு கட்டணம் உண்டு என்ற இரு வகை அணுகுமுறைகளை பின்பற்றுகிறார்கள் . ஸ்கைப் இந்த வகையைச் சேர்ந்தது . இன்னொரு உதாரணம் , நச்சு மென்பொருள் எதிர்பி (anti-virus software) தயாரிப்பாளர் ஏவிஜி இப்படி செயல்படுகிறது . இதில் உள்ள முக்கிய உத்தி , இலவசமாக மென்பொருளை அல்லது இணைய தொலைபேசி சேவையை உபயோகிப்போர் , வியாபாரங்களிலும் இதை பறப்புவார்கள் என்ற கணிப்பு . இலவச பதிப்புக்கும் கட்டண பதிப்புக்கும் தரத்தில் எந்தவித வித்தியாசமும் இல்லை . கட்டண பதிப்பில் அதிக வசதிகள் வியாபாரங்களுக்கு உண்டு .

6

சேவை இலவசம். பயன்பட்டால் மட்டுமே கட்டணம்

இணையத்தில் மிகவும் பிரபலமான இலவச முறை இதுதான் . இணையத்தில் இடம் பிடிக்க கட்டணம் இல்லை . ஏனென்றால் தகவல் தேக்க செலவுகள் (information storage costs) முற்றிலும் குறைந்து விட்டன . முதலில் இந்த உத்தியை தொடங்கியது ஈபே என்ற ‘இணையத்தில் எதை வேண்டுமானாலும் விற்றுத் தள்ள’ உதவும் நிறுவனம் . இங்கு பல லட்சம் வியாபாரிகள் (அவ்வப்பொழுது விற்பவர்கள் , என்றென்றும் விற்பவர்கள் , இங்கேயும் விற்பவர்கள்

என்று பல ரகம் உண்டு) பேனாவிலிருந்து பழைய கார் வரை விற்கிறார்கள் . ஈபேயிடம் இவர்கள் முன்பதிவு செய்து கொள்ள வேண்டும் . மேலும் , விற்றபின் விற்பனைக்கு இத்தனை என்று ஈபேயிற்கு கொடுத்துவிட வேண்டும் . விற்காவிட்டால் ஈபேயிற்கு எதுவும் கொடுக்க வேண்டாம் . இவர்களது சேவைகளை பற்றி வாங்குவோர் விமர்சிக்கலாம் . ஒருவருக்கு 99% நல்ல விமர்சனம் வந்தால் , அந்த வியாபாரியிடம் நம்பி வாங்கலாம் . இது ஒரு அருமையான கட்டுப்பாட்டு முறை . என் சொந்த அனுபவத்தில் ஹாங்காங்கிலிருந்து ஒரு வியாபாரி , மோசமான ஒரு MP3 கருவியை எனக்கு விற்று விட்டார் . பல முறை மின்னஞ்சல் அனுப்பியும் பயனில்லை . அவரது நிறுவனத்தைப் பற்றிக் கடுமையான விமர்சனம் எழுதினேன் . உடனே மன்னிப்பு கேட்டு , பணம் திருப்பிக் கொடுக்கப்பட்டது . கடைகளில் இந்த மாதிரியான கட்டுப்பாடுகள் கிடையாது . 80 லட்சம் பேர் வாழும் நகரத்தில் ஒருவர் இல்லையேல் இன்னொருவர் வாங்கி செல்வார் என்ற மெத்தனம் வியாபாரிகளிடம் உள்ளதென்னவோ உண்மை . இணையத்தில் , நுகர்வோரின் குரல்களுக்கு மரியாதை நேராக பேசுவதை விட அதிகம் . அட , டெல்லி ரேடியோ வியாபாரிகள் தபாலில் செங்கல் அனுப்பிய காலத்தில் இப்படியொரு வசதி இல்லாமல் போய்விட்டதே !

அமேஸான் இதே உத்தியை புத்தகம் மற்றும் மின்னணு பொருட்கள் , டிவிடி விற்பனையில் பயன்படுத்துகிறது . பல வியாபாரிகளும் அமேஸான் சந்தையில் இதே முறையில் விற்கிறார்கள் . அவர்களது வியாபார விமர்சன நிலை (customer feedback rating) விற்பனைக்கு மிக அவசியம் . அவர்களது விற்பனையை உலகளவில் அது பாதிக்கிறது . அமேஸான் ஈபேயைவிட பல படிகள் தாண்டி சென்று வாங்குவோரை மனதில் கொண்டு பல உபரி சேவைகளையும் செய்து வெற்றி கண்டுள்ளது . ஒரு விதத்தில் , இது 5 வது இலவச வகையிலும் சேர்க்கலாம் . வாங்குவோர் பல மின்னணு பொருட்களைப் பற்றிய அனுபவ விமர்சனம் எழுதுகிறார்கள் . சில விமர்சன்ங்களில் மிகவும் கண்டனக் குரலிலும் உண்டு . சில விமர்சன்ங்கள் வாங்கிய பொருளின் பயனை புகழவும் செய்கின்றன .

புதிதாக வாங்குவோருக்கு இப்படி பல கோணங்களிலும் அனுபவங்களை படித்து , வாங்குவதா வேண்டாமா என்று முடிவு செய்ய உதவியாக உள்ளது . கடைகளில் இது சாத்தியமில்லை . சமூக சூழலில் நீங்கள் வாங்க ஆசைப்படும் பொருளை வாங்கிய இன்னொருவரை சந்திப்பது என்பது அபூர்வம் . பல தருணங்களிலும் , ‘ இப்படி தெரியாமல் போய்விட்ட்தே !’ என்று வருந்துவதே அதிகம் .

பொதுவாக இந்த உத்தி , ஒரு வியாபார சமூக அமைப்பை உருவாக்கும் நோக்கத்துடன் செயல்படுகிறது . அதில் வருமானமும் கிடைக்கிறது . ஆனால் , மிக நேர்த்தியாக வாங்குவோர் மற்றும் விற்போரிடம் நம்பிக்கையை வளர்க்கும் கட்டுப்பாட்டு முறைகளே வெற்றியின் காரணம் . இவை இல்லாவிட்டால் , எத்தனை வியாபாரிகள் இருந்தும் பயனில்லை .

7

தயாரிப்புகளைப் பற்றிய விமர்சனம் மற்றும் இலவச சோதனை பங்கேற்பு

பொதுவாக , இம்முறைகளை மேற்குலகில் பெரிய சில்லரை வியாபாரிகள் மற்றும் இணையதளங்கள் இந்த உத்தியை உபயோகித்து வருகிறார்கள் . வாடிக்கையாளர்களை தங்களது கடையில் / இணையதளத்தில் வாங்கிய பொருட்களைப் பற்றி விமர்சனம் செய்யச் சொல்லுகிறார்கள் . இந்த சில்லரை வியாபாரிகள் (retailers) பல தயாரிப்பாளர்களின் பொருட்களை விற்கிறார்கள் . இப்படி தாராளம் காட்டுவதால் , நல்ல விமர்சனங்கள் கொண்ட பொருட்கள் அதிகம் விற்கின்றன . இந்தியாவைப் போல அல்லாமல் , பெரிய சில்லரை வியாபாரிகள் விற்றபின்புதான் தயாரிப்பாளர்களுக்குக் காசு கொடுக்கிறார்கள் . ஒரு பொருள் விற்கவில்லை என்றால் , இவர்களுக்குப் பொருளிழப்பு ஏதுமில்லை . ஆனால் , பல மோசமான பொருட்களை விற்றால் , இவர்களது பெயர் சந்தையில் கெட்டுவிடும் . ஆனால் , இவர்களுக்கு ஒரு சில மோசமான பொருள்களும் , விமர்சனங்களும் தேவைப்படுகிறது . மோசமான விமர்சனங்கள் இவர்களது நடுவுநிலைமையை உலகிறகு பறைசாற்றுகிறது . அமேஸானில் தொடங்கிய இந்த உத்தி , பலராலும் கையாளப்படுகிறது . அத்துடன் , பெரிய சில்லரை வியாபாரிகளிடம் வாங்கிய பொருள் பிடிக்கவில்லை என்றால் திருப்பி விடலாம் . இன்னொன்றையும் இங்கே கவனிக்க வேண்டும் . ஒரு பேச்சுக்கு சாம்சுங் என்ற தயாரிப்பாளரை எடுத்துக் கொள்வோம் . இவர்களது இஸ்திரி பெட்டியைப் பற்றி மோசமான விமர்சனத்தை ஒருவர் இணையதளத்தில் எழுதிவிட்டார் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . இதனால் ஒன்றும் சாம்சுங்கிற்கு குடி முழுகி போகப் போவதில்லை . அதே இணையதளத்தில் இவர்களின் குளிர்சாதன எந்திரம் மிகவும் பிரமாதம் என்று சில விமர்சனம் வந்தால் போதும் . ஒரு குளிர்சாதன எந்திரம் 100 இஸ்திரி பெட்டிக்குச் சமம் !

விமர்சனத்தோடு , இவர்கள் செய்யும் இன்னொறு காரியம் எளிதாக ஒப்பிடல் . அதாவது , உங்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட பட்ஜெட்டில் வாஷிங் மெஷின் வாங்க வேண்டும் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . பெரிய சில்லரை வியாபார இணையதளத்திற்கு சென்றால் , உங்களது பட்ஜெட்டுக்குள் பல தயாரிப்புகள் இருக்கலாம் . அதில் , சில அம்சங்கள் உங்களுக்குப் பிடித்திருக்கலாம் , சில அநாவசியமாக படலாம் . பட்ஜெட்டுக்குள் வரும் எல்லா வாஷிங் மெஷின்களையும் அழகாக ஒப்பிட முடிகிறது . இதனால் , உங்களுக்கு ஒரு சில தயாரிப்புகளை மட்டுமே தேர்ந்தெடுக்க முடிகிறது . பிறகு , தேர்ந்தெடுத்த தயாரிப்புகளைப் பற்றி மற்ற வாடிக்கையாளர்கள் என்ன சொல்லுகிறார்கள் என்று அலசலாம் . மேலும் , வேறு இணையதளத்திற்கு சென்று அதே போல இன்னொரு ஆய்வை நடத்தலாம் . பிறகு , தேர்ந்தெடுத்த மாடல்களைப் பற்றிப் பொதுவாக (சில்லரை வியாபாரியின் இணையதளத்திற்கு சம்மந்தம் இல்லாதவர்கள்) என்ன சொல்லப்படுகிறது என்று கலந்துரையாடல் மன்றங்கள் (discussion boards) சிலவற்றையும் தேடலாம் . உதாரணத்திற்கு , நிகான் காமிரா பற்றிய கலந்துரையாடல் மன்றங்கள் இதோ . இத்தனையும் இலவசம் . இணையமில்லையேல் இதில் எதுவும் சாத்தியமில்லை .

உதாரணத்திற்கு , BestBuy என்ற மிகப் பெரிய சில்லரை மின்னணுவியல் வியாபாரி அமெரிக்கா மற்றும் கனடாவில் (இங்கு சில்லரை எல்லாம் ரொம்ப பெரிசுங்க – வால்மார்ட் உட்பட) பிரபலம் . எனக்கு சென்ஹைசர் என்ற ஒலி கேட்க தலையில் அணியும் கருவி (headphones) வாங்க வேண்டும் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . $30 விற்கும் இப்பொருளைப் பற்றித் தெரிய வேண்டுமா ? அந்தப் பொருளை , அதே பட்ஜெட்டில் உள்ள வேறு இரண்டு பொருட்களுடன் ஒப்பிட வேண்டுமா ? இதோ இங்கே...

இந்திய இணைய சில்லரை வியாபாரிகள் இன்னும் இந்த உத்தியை அதிகம் உபயோகிக்க தொடங்கிவிட்டதாக எனக்குத் தெரியவில்லை . இக்கட்டுரையை படிக்கும் வாசகர்கள் அப்படி

தங்களுக்கு தெரிந்த இந்திய இணையதளங்கள் இருந்தால் சொல்லவும் . புத்தகங்கள் , இசை , டிவிடி மற்றும் அன்பளிப்பு பொருட்களை விற்கும் Flipkart என்ற இந்திய இணையதளம் அமேஸான் போலவே உள்ளது . ஆனால் , இன்னும் அமேஸான் போன்று மாற்று சந்தை மற்றும் தரக்கட்டுப்பாடு (marketplace with seller ratings) இருப்பதாகத் தெரியவில்லை . Indiatimes - இன் இன்னொரு இந்திய இணையதளம் இது . ஏராளமான அன்பளிப்பு பொருட்களை விற்கிறார்கள் . ஆனால் , இந்த இணையதளத்தின் வேகம் மிக சோகமாக இருந்ததால் அதிகம் விமர்சிக்க தோன்றவில்லை . மேலும் ஈபே நிறுவனத்தில் இந்திய இணையதளமும் வைத்திருக்கிறார்கள் . இந்த உத்தியில் , நுகர்வோரின் கருத்துக்களை மதிக்கும் நம்பிக்கை மிக முக்கியம் . மிகையான விளம்பரங்கள் ஒரு பொருளை விற்க ஓரளவே உதவுகிறது . பயனடைந்த நுகர்வோரின் கருத்துக்கு முன் விளம்பரங்கள் ஜெயிக்காது

8

லாபநோக்கற்ற ஆனால் உலகிற்கு இலவசமாக பறைசாற்றுவது

இந்த வகையைச் சேர்ந்தவர்கள் இயற்கையில் மிக நல்லவர்கள் . மிகத் திறமைசாலிகள் . ஆனால் , தங்களது தொழிலில் உள்ள சில போக்குகளைப் பிடிக்காதவர்கள் . உதாரணமாக , மைக்ரோசாஃப்ட் நிறுவனம் விண்டோஸ் இயக்கதளம் தயாரித்து பல ஆயிரம் கோடி டாலர்கள் ஈட்டிவிட்டது . ஆனாலும் 3 அல்லது 4 வருடத்திற்கு ஒரு முறை புதிய பதிப்புக்காக நுகர்வோரிடம் பல விளம்பர / வியாபார ஜாலங்களை காட்டி மீண்டும் மீண்டும் அவர்களிடம் கட்டணம் வசூலிக்கிறது . அத்துடன் போட்டியாளர்களை தயவு தாட்சிண்யமின்றி நசுக்குவது மைக்ரோசாஃப்டின் வழக்கம் . இதைப் பார்த்து வெறுப்புற்ற மென்பொருள் பொறியாளர்கள் இலவசமாக தங்களது மாலை மற்றும் வார கடைசி நாட்களை செலவிட்டு அருமையான மென்பொருட்களை உருவாக்கியுள்ளார்கள் . ஃபயர்ஃபாக்ஸ் அப்படிப்பட்ட ஒரு அருமையான இணைய உலாவி மென்பொருள் . இதை உருவாக்கிய அத்தனை மென்பொருள் பொறியாளர்களும் உலகிற்கு ஒன்றை பறைசாற்ற விரும்பினார்கள் – “மைக்ரோசாஃப்ட் போன்ற பணபலம் இருந்தாலே தரம் வாய்ந்த மென்பொருள் உலாவிகளை உருவாக்க முடியுமென்று இல்லை . இதோ , எங்கள் ஓய்வு நேரத்தில் ஒன்று கூடி தரமான உலாவியை மைக்ரோசாஃப்டைவிட அருமையாக உருவாக்கியுள்ளோம் . திறமைதான் முக்கியம் , பணபலமல்ல !” இவர்கள் ஒரு படி மேலே சென்று மென்பொருளின் மூலத்தையும் (software source code) வெளியிடுகிறார்கள் . யாருக்குத் திறமையிருக்கிறதோ , இலவசமாக மோஸில்லா பொறியாளர்களுடன் சேர்ந்து இதை மேலும் மேம்படுத்த உதவலாம் !

அதே போல , விண்டோஸுக்கு (ரொம்ப வயசான ஓ . எஸ் – 24 வயதாகிறது !) மாற்றாக பல மென்பொருள் பொறியாளர்கள் லினிக்ஸ் என்ற இயக்குதளம் ஒன்றை பலவித அம்சங்களுடன் இலவசமாக அளித்து வருகிறார்கள் . இந்த மென்பொருள்களை உபயோகிக்கும்போது பிரச்சனைகள் வந்தால் , போன் செய்தால் யாரும் வந்து உதவ மாட்டார்கள் . ஆனால் , இணையத்தில் , இதற்காக பல கலந்துரையாடல் மன்றங்கள் (discussion boards) உள்ளன . தாராளமாக பிரச்சனைகள் , அதற்கான தீர்வுகள் எல்லாவற்றையும் வியாபார ஒளிவு மறைவின்றி விவாதிக்கிறார்கள் . உபுண்டு மற்றும் சூசே இந்த வகையைச் சேரும் . இலவசமாக இயக்கதளம் வழங்குவதுடன் , பல பயன்பாடு மென்பொருள்களையும் (utility programs) கொடுக்கிறார்கள் . அதாவது , புகைப்படங்களை பராமரிப்பது , மின்னஞ்சல் அனுப்புவது , இணைய உலாவல் , கணக்கு பார்த்தல் (spreadsheets), வார்த்தை

கோப்புகள் உடுவாக்குதல் (word processing) மற்றும் MP3 இசை மற்றும் இசை குறுந்தட்டுகள் கேட்பதற்கான அத்தனை வசதிகளும் இயக்குதளத்துடன் தரப்படுகிறது . அதற்கும் கட்டணம் இல்லை . இந்த மென்பொருட்களை மேம்படுத்திக் கொண்டே வருகிறார்கள் . உதாரணத்திற்கு சூசே 11 - வது பதிப்பில் (2010) மற்றும் உபுண்டு 10 - வது பதிப்பில் . புதிய பதிப்பிற்காக கட்டணம் வசூலிப்பதில்லை .

இன்று பல தரப்பட்ட மென்பொருள்கள் இலவசமாக மூலத்துடன் வழங்கப்படுகிறது . தொடர்பு பட்டியல் மேலாண்மை (contact management) , மனித வள மேலாண்மை (human resources management), மேலாண்மை முடிவு ஆதரவு (decision support software), புள்ளியியல் (statistical software), தகவல்தளம் (database software) என்று எதையும் விட்டதாக தெரியவில்லை . சரி , இதென்ன மென்பொருள் தொழில் சார்ந்ததாகவே இருக்கிறதே என்று ஒரு எண்ணம் வரலாம் . பல பத்திரிகையாளர்கள் மேற்குலகில் பத்திரிகைகள் , மற்றும் செய்திதாள்களிலிருந்து வெளியேறி , மனதுக்கு பட்டதை கட்டுப்பாடின்றி ப்ளாகி தள்ளுகிறார்கள் . சில விளம்பரங்களை அனுமதித்து , அவர்களுக்கு வேண்டிய அளவு சம்பாத்திதும் வென்றுள்ளார்கள் . இதனால் , இதழியல் வளர்ந்துள்ளதே தவிர , நலிந்துவிடவில்லை .

கல்வித்துறையிலும் இவ்வகை லாபநோக்கற்ற அணுகுமுறை மிகவும் கையாளப்படுகிறது . உலகின் மிகச்சிறந்த உயர்கல்வி அமைப்புகள் இந்த உத்தியை பயன்படுத்துகின்றன . இரு உதாரணங்கள் இங்கு

பார்ப்போம் . பாஸ்டன் , அமெரிக்காவில் உள்ள எம் . ஐ . டி . மிகவும் புகழ் பெற்ற கல்வி அமைப்பு . இங்கு ஏராளமான உயர்கல்வி துறைகளில் பாடங்கள் , விடியோக்கள் , வீட்டுப் பாடங்கள் , செயல்முறை விளக்கங்கள் எல்லாவற்றையும் இலவசமாக இணையத்தில் யார் வேண்டுமானாலும் கற்றுக் கொள்ளலாம் . இதில் இவர்களுக்கு என்ன ஆதாயம் ? தங்கள் குழந்தைகளை எம் . ஐ . டி . யில் படிக்க வைக்கத் துடிக்கும் பெற்றோருக்கு இந்த வகை ட்ரெய்லர்கள் கல்வி போதனை தரத்தை மிகவும் அழகாக கணிக்க முடிகிறது . அத்துடன் , தூரக் கல்வி ஆர்வலர்களுக்கும் உதவுகிறது . சென்னையில் உள்ள , ஐ . ஐ . டியும் இணையத்தில் நல்ல சேவை செய்து வருகிறது . உதாரணத்திற்கு அருமையான ஒரு இயற்பியல் பாடம் சொல்லித்தருகிறார் , பேராசிரியர் பாலகிருஷ்ணன் .

இந்த உத்தியில் அதிகம் வியாபார நோக்கில்லை . செலவிட்ட நேரத்திற்கு கொஞ்சம் சம்பாதித்து , உலகிடம் தன் திறமையை பறை சாற்றிக் கொள்வது பெரிய நோக்கம் . ஆனால் , இந்த உத்தி மிகவும் வெற்றியடையவே , பல பெரிய வியாபாரங்கள் தங்களின் பல்வேறு சேவைகளைப் பற்றி யோசிக்கத் தொடங்கிவிட்டன . சில வியாபார நிறுவன்ங்கள் இவ்வாறு இயங்கும் அமைப்புக்களுக்கு பண உதவி செய்து வருகின்றன . உதாரணத்திற்கு , ஐ . பி . எம் . மற்றும் கூகிள் இது போன்ற பல அமைப்புக்களுக்கு உதவி செய்கிறார்கள் . இது போன்ற படைப்புகளை தன் வாடிக்கையாளர்களுக்கு சிபாரிசும் செய்கிறார்கள் . -

9

லாபநோக்கற்ற நல்லெண்ணம்

இணையத்தின் நல்முகம் இது . நம்மில் பலருக்கும் நல்லது செய்ய வேண்டும் என்ற ஆவல் இருக்கிறது . ஆனால் , அதற்கான சரியான வாய்ப்பு மற்றும் வழிதான் பிரச்சனை . இணையம் வாய்ப்பு மற்றும் வழியை நமக்கு அளிக்கிறது . இது போன்ற சேவைகள் பலனை எதிர்பார்த்து செய்வதல்ல . நான் அறிந்தவரை , இந்த உத்தியை சில வகைகளாகபிரிக்கலாம் :

1. அறிவை மற்றவர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்வது
2. ஆலோசனை உதவி தேவைப்படுகிறவர்களுக்கு இலவசமாக உதவுவது
3. நிதி உதவி தேவைப்படுகிறவர்களுக்கு இலவசமாக உதவுவது
4. ஆர்வங்கள் , ரசனைகளை இலவசமாக பகிர்ந்து

கொள்வது

5. இடைத்தரகர்களிடமிருந்து விடுபட பாமர மக்களுக்கு இலவசகாக உதவுவது

அறிவை மற்றவர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்வது : இதில் மிகப் பெரிய முன்னோடி விக்கிபீடியா இணையதளம் . இது ஒரு ராட்சச நூலகம் . இவர்கள்எழுதப்படாத துறையே இல்லை எனலாம் . மருத்துவம் , விஞ்ஞானம் , இசை , பௌதிகம் , ரசாயனம் , அரசியல் , புகழ்பெற்றவர்களைப் பற்றிய சுயசரிதம் , அமைப்புகள் , என்று பல லட்சம் கட்டுரைகள் . கடைசியாக பார்த்த பொழுது (2010) ஆங்கிலத்தில் 3.5 லட்சம் கட்டுரைகள் உள்ளன . டச்சு மொழியில் 655,000 கட்டுரைகள் உள்ளன . தமிழ்க் கட்டுரைகள் 26,145 மட்டுமே . சத்தியமாக டச்சு மொழி தெரிந்தவர்கள் தமிழர்களை விட குறைவு என்று எந்தஆராய்ச்சியுமே செய்யாமல் தைரியமாகச் சொல்லலாம் . தமிழில் அதிகக் கட்டுரைகள் எழுதப்பட வேண்டும் . இக்கட்டுரையைப் படிக்கும் வாசகர்கள்தங்களது துறையில் தமிழில் விக்கிபீடியாவுக்கு கட்டுரைகள் சமர்ப்பித்தால் தமிழுக்கு நல்லது . டச்சு மொழியை ஒரு இலக்காக வைத்து , அதைவிடஅதிக தமிழில் கட்டுரைகள் இன்னும் இரண்டு வருடங்களில் வரச் செய்தால் நன்றாக இருக்கும் . முற்றிலும் நன்கொடைகளால் இயங்கி வருகிறதுவிக்கிபீடியா .

விக்கியைப் போல இன்னும் சில நல்ல இணையதளங்கள் உள்ளன . www.howstuffworks.com என்ற இணையதளம் , பல பொருட்கள் எப்படி வேலைசெய்கிறது என்று செயல் விளக்கம் , அனிமேஷனுடன் அழகாக விளக்குகிறார்கள் . உதாரணத்திற்கு , ஒரு இசை குறுந்தட்டில் எப்படி கணினியில்தகவல்கள் உருவாக்கப்படுகிறது என்பதை அழகாக அனிமேஷனுடன் இங்கே பார்க்கலாம் . விக்கிபீடியா போலல்லாமல் விளம்பரங்கள் உண்டு .

ஆலோசனை உதவி தேவைப்படுகிறவர்களுக்கு இலவசமாக உதவுவது : இணையத்தில் ஆலோசனைகள் வழங்கும் தளங்கள் கொட்டிக் கிடக்கின்றன . ஆனால் , எது உண்மையான ஆலோசனை , எது போலியானது

என்று கண்டுபிடிப்பது சற்று கடினமானது . நாம் இங்கே சில நல்ல இணையதளங்களைபற்றி அலசுவோம் . முதலில் மருத்துவத் துறையை எடுத்துக் கொள்வோம் . மேயோ கிளினிக் என்ற அமைப்பு லாப நோக்கின்றி பல மருத்துவஆலோசனைகள் வழங்குவதில் முன்னோடி . சாதாரண ஜலதோஷத்திலிருந்து , பலவித புற்று நோய் வரை எதற்கும் விளக்கம் இங்கு உள்ளது . பலமருத்துவ செயல்முறைகள் , அதனால் வரும் பின் விளைவுகள் என்று பலவற்றையும் அழகாக விளக்குகிறார்கள் . சில நோயாளிகள் கேள்விகளுக்குமருத்துவர்கள் பதிலும் அளிக்கிறாரகள் . இதே போல , மருத்துவ துறையில் மிகவும் பிரசித்தி பெற்ற இன்னொரு இணையதளம் இது . இந்தஇணையதளத்திலும் பல வகை இலவச மருத்துவ ஆலோசனைகள் சொல்கிறார்கள் . இந்த இணையதளத்தில் பல வகை மருந்துகளைப் பற்றித் தெரிந்துகொள்ளலாம் . மருத்துவர் மருந்து கொடுத்தார் , அதை கடமையாய் சாப்பிட வேண்டும் என்பது நம்மில் பலருக்கு உள்ள நம்பிக்கை . மருத்துவர்களும் மனிதர்களே . ஏன் சில மருந்துகளை கொடுக்கிறார்கள் என்று தாராளமாக அவர்களிடம் விவாதிக்கலாம் . உதாரணத்திற்கு , உங்களுக்குள்ள ஒருஅலர்ஜியுடன் அவர் கொடுக்கும் மருந்து ஒத்து போகாது என்று நீங்கள் இந்த இணையதளத்தில் படித்திருந்தால் , மருத்துவரை கேட்பதில் தவறொன்றும்இல்லை .

கணினிகள் , தேர்ச்சியில்லாதவர்களுக்கு சற்று பயமளிக்கக்கூடியதே . மேலும் இவை மின்சாரத்தில் வேலை செய்வதால் , ஷாக் அடிக்குமோ என்ற பயம்வேறு . ஆனால் , கணினியில் பல விஷயங்களை , ஆர்வமிருந்தால் தெரிந்து கொள்ளலாம் . அதிகம் கல்லூரி படிப்பு எல்லாம் தேவையில்லை . இணையத்தில்பல நல்ல உபயோகமான தளங்கள் உள்ளன . உங்களது நம்பிக்கையை வளர்க்கும் http://www.computerhope.com/ அப்படிப்பட்ட ஒன்று . அடிப்படைசந்தேகங்களை தீர்க்க அழகாக கற்றுக் கொடுக்கிறார்கள் .

அதே போல , பல வகை மின்னணு சாதனங்கள் , மற்றும் வீட்டு மின் சாதனங்கள் பிரச்சனை வரும் பொழுது யாரையாவது தேடி அல்லாடுவதற்குமுன் ,

இணையத்தில் மற்றவர்கள் எப்படிப்பட்ட பிரச்சனைகளை தீர்த்துள்ளார்கள் என்று தேடி அறிந்து கொள்ளலாம் . இந்தச் சுட்டியில் தொலைக்காட்சிபெட்டிகளில் வரும் பிரச்சனைகளை ஆராய்கிறார்கள் . சில சமயம் , அவ்வப்பொழுது வரும் பிரச்சனைகளுக்கு , இந்த இணையதளத்தில் கேள்வி கேட்டால் , வல்லுனர் ஒருவர் சில நாட்களில் தகுந்த பதில் சொல்லக் கூடும் . சில சமயங்களில் ராட்சச டிவியை கடைக்குத் தூக்கிக் கொண்டு போவதை விடஇம்முறை உதவலாம் .

நிதி உதவி தேவைப்படுகிறவர்களுக்கு இலவசமாக உதவுவது : நுண்ணிய நிதியுதவி (microfinance) அமைப்புகள் இணையத்தின் வீச்சு மூலம் வளரும்நாடுகளில் உள்ள எளிய வியாபாரிகள் , குறிப்பாக தொழில் முனையும் பெண்களுக்கு அருமையாக உதவி வருகிறார்கள் . கிவா என்ற லாபநோக்கற்றஅமைப்பு ஆப்பிரிக்கா , ஆசியா , தென் அமெரிக்கா , ஏன் வட அமெரிக்காவில் உள்ள எளிய தொழில் முனைவோருக்கு குறைந்த வட்டியில் நிதியுதவிஅளித்து வருகிறார்கள் . இதில் நிதி வழங்குவோர் $25 முதல் நிதியுதவி செய்யலாம் . இந்த நிதியுதவியை வைத்து அந்த தொழில் முனைவோர் எப்படிமுன்னேறி வருகிறார்கள் என்று இணையம் மூலமே பொருளுதவி செய்தவர்களுக்குப் பட்டியல் தருகிறது கிவா . அத்துடன் எப்படி வாங்கிய கடனைதிருப்பித் தருகிறார்கள் என்றும் ரிப்போர்ட் தருகிறார்கள் . பல எளிய கிராமப்புற தொழில் முனைவோர் பயனடைந்து வருகிறார்கள் . இதைப் போன்றஇன்னொரு அமைப்பு www.grameenfoundation.org. பிடித்த தொழில் முனைவோருக்கு உதவலாம் . கிவா அமைப்பில் 95% பணத்தை ஒழுங்காக திருப்பித்தந்துவிடுகிறார்கள் . சில தவிர்க்க முடியாத காரணங்கள் (கடும் நோய் , வரட்சி , விபத்து) இந்த 5% க்கு காரணம் என்கிறது கிவா .

ஆர்வங்கள் , ரசனைகளை இலவசமாக பரிந்து கொள்வது : மிக சீரியஸான இணையதளங்கள் பலவகை ரசனைகளை பகிர்ந்து கொள்வதற்காக கடந்த சிலஆண்டுகளாக பணியாற்றி வருகின்றன .

தமிழ் தளங்களைப் பார்ப்போம் . பல பிரபல எழுத்தாளர்கள் இணையதளங்கள் மூலம் நல்ல எழுத்துக்களைஇலவசமாக வழங்கி வருகிறார்கள் . எழுத்தாளர் சுஜாதா இதில் முதன்மையானவர் . இவரைத் தொடர்ந்து திண்ணை போன்ற பத்திரிக்கைகள் , மற்றும் ஜெயமோகன் , எஸ் . ராமகிருஷ்ணன் போன்ற எழுத்தாளார்களின் தளங்களும் அடங்கும் . மேலும் , பல வகை தொழில்நுட்ப , கவிதை , இறையியல் , இசை , இலக்கியம் , விஞ்ஞானம் என்று வெரைட்டியுடன் ‘சொல்வனம்’ போன்ற சமீபத்திய இணையதளங்களும் இந்த வகையில் அடக்கம் . (பத்திரிகையாசிரியருக்கு ஐஸ் !) இதைப் போல , பல தொழில்நுட்ப மற்றும் கலைகள் சம்மந்தப்பட்ட தமிழ் இணையதளங்களும் உள்ளன . உதாரணத்திற்கு , புகைப்படக்கலைப் பற்றித் தமிழில் இங்கே அலசித் தள்ளுகிறார்கள் .

இடைத்தரகர்களிடமிருந்து விடுபட பாமர மக்களுக்கு இலவசமாக உதவுவது இந்தியப் புகையிலை நிறுவனம் – ITC . இத்துறையில் பல்வேறு சமூகத்தொண்டுகளைச் செய்து வருகிறது . உதாரணத்திற்கு , ஆந்திர மாநிலத்தின் கம்மம் மாவட்டத்தில் உள்ள ஆதிவாசிகளின் நிலங்கள் தரம் குறைந்து போகஐடிசி , மற்ற லாபநோக்கற்ற அமைப்புகளுடன் சேர்ந்து யூகலிப்டஸ் மரங்களை வளர்க்க உதவி புரிந்து வருகிறது . அதே போல , பல விவசாயிகளுக்கும்பயிரின் சந்தை விலை தெரிய கணினி வழங்கி கிராமப்புறங்களில் இளைஞர்களுக்குப் பயிற்சியளித்து உதவுகிறது . இதனால் , சந்தைவரை சென்றுவெறுங்கையுடன் திரும்பத் தேவையில்லை . அத்துடன் சரியான விலை வரும் தருணம் அறிந்து சந்தைக்குச் சென்று விற்றுவிட முடியும் . இடைத்தரகர்களிடமிருந்தும் விவசாயிகளுக்கு விடுதலை . இந்த முறையை இந்தியா தவிர ஆப்பிரிக்க நாடுகளுக்கும் பயன்படுமாறு செய்துள்ளார்கள் . ஓரளவிற்கு ஐடிசிக்கு தகுந்த விலையில் கச்சாப்பொருள் கிடைப்பதற்காகச் செய்தாலும் , விவசாயிகளுக்கு நேரடியாக உதவுவது மிகவும்பாராட்டத்தக்கது .

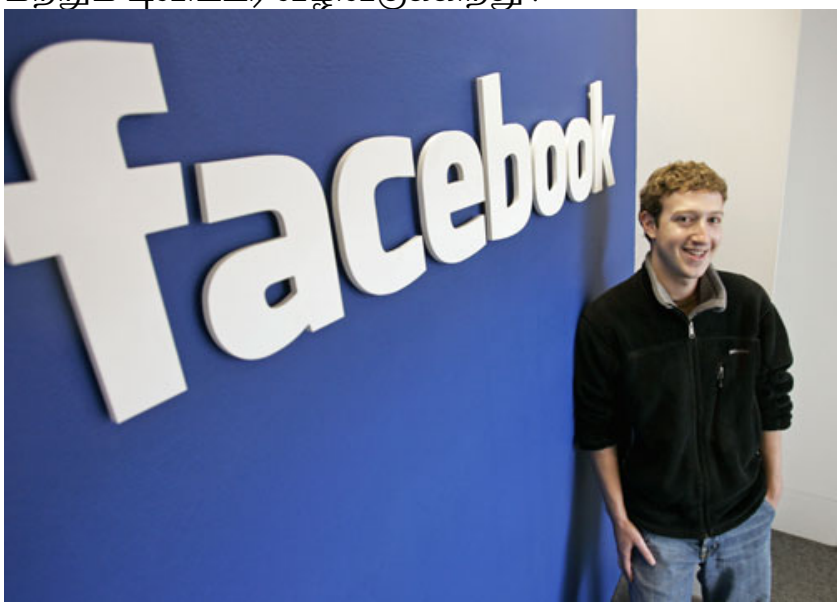
10

பலவகை சமூகத்தினருக்கும் இலவச சேவையைத் தருதல் **(facilitation)**

ஃபேஸ்புக் சமூக வலையமைப்பு இணையதளத்தை உருவாக்கியதில் மிகவும் முக்கியமானவர் மார்க் ஜுக்கர்பெர்க் (Mark Zuckerberg). இவர் ஹார்வர்ட்பல்கலைக்கழகத்தில் படிக்கும்போது உருவாக்கிய அமைப்பு ஃபேஸ்புக் . இதன் பின்னணியில் ஒரு தமாஷான விஷயம் . பல ஓவியங்களைப் பற்றி அலசவேண்டிய ஒரு பணி (assignment) இருந்ததாம் . மார்க் தனக்கு தெரிந்த சில ஓவியங்களைப் பற்றிய கருத்துக்களை ஃபேஸ்புக்கின் சுவர் பக்கத்தில்எழுதினாராம் . அதைப் பார்த்த அவருடைய நண்பர்கள் , ‘ இது சரியில்லை , இதைப் பற்றி மேலும் சில விஷயங்களை விட்டு விட்டீர்கள் , இதை விட்டுவிட்டீர்கள்’ என்று எழுதித் தள்ளினார்கள் . மார்க்கின் சமர்ப்பிப்பைப் பார்த்து அசந்து விட்டாராம் அவரது பேராசிரியர் . எவ்வளவுதான் புத்திசாலியாகஇருந்தாலும் ஒரு குழுவின் அறிவு , வீச்சு , தனிநபரை விட சக்தி வாய்ந்தது என்று புரிய வைத்தது இந்த சம்பவம் . இதற்குப் பின் , இன்னும் சிலபல்கலைக்கழகங்களை இந்த அமைப்பில் இணைத்துப் பார்த்ததில் , மார்க்குக்கு பல வித ஆச்சரியங்கள் காத்திருந்தன . அவர் நினைத்துப் பார்க்காததுறைகளில் எல்லாம் மாணவர்கள் அசத்தித் தள்ளினார்கள் .

மார்க்கிடம் சமீபத்தில் ஒரு பேட்டியில் இந்த சமூக வலையமைப்பு மென்பொருளை உருவாக்க வேண்டும் என்று எப்படித் தோன்றியது என்றுகேட்டதற்கு இவர் அளித்த பதில் வித்தியாசமானது . இளையராஜா பாணியில் , “ சமூக வலையமைப்புகள் எதையும் நான் உருவாக்கவில்லை . அவைஏற்கனவே உள்ளன . நான் உருவாக்கிய மென்பொருள் வலையமைப்புகளை மீண்டும் உயிர்பெறச் செய்துள்ளது , அவ்வளவுதான் !” என்றார் . மிகவும் சரியானமதிப்பீடு . ஃபேஸ்புக்கில்

நம்மை தெரிந்தவர்களுடன்தான் மீண்டும் தொடர்பு வைத்துக் கொள்கிறோம் . விட்டுப்போன கல்லூரி நண்பர்கள் , பழையஅலுவலக நண்பர்கள் , உறவினர்கள் , ஒரே ரசனையுடையவர்கள் என்று சேர்ந்து கொண்டு பல எண்ணங்களை பரிமாற்றிக் கொள்கிறோம் , விவாதிக்கிறோம் . அதற்கு ஃபேஸ்புக் மற்றும் டிவிட்டர் வழிவகுக்கிறது .



இந்த உத்தியின் நோக்கு சமூகத்தில் உள்ள அமைப்புகளை இலவசமாக ஒன்று சேர்ந்து பயனுறவழிவகுப்பது . இப்படி வழிவகுக்கும் நிறுவனங்கள் வேறு வழியில் பயன்பெறுகின்றன . இளைஞர்கள்மத்தியில் பிரபலமடைந்தவுடன் இந்த அமைப்புகளுடன் எப்படியாவது தொடர்பு வைத்துக்கொள்ளநுகர்வோர் பொருள் தயாரிப்பு நிறுவனங்கள் துடிக்கின்றன . ஏனென்றால் , அமைப்புக்கேற்றார் போல விற்கமுயற்சிக்கலாம் . அதனால் அதிக பயனுற வாய்ப்புள்ளது . இதன் ஆரம்ப வடிவம் கணினி மென்பொருள்உலகத்தில் பல்வேறு வகையில் இருந்தாலும் , இத்தனை வீச்சு இல்லை . ஆரம்ப நாட்களில் அறிக்கைபலகை (bulletin board) மென்பொருள்கள் பொறியாளர்களால் தங்களது தொழில் சம்மந்தப்பட்டவிஷயங்களை விவாதிக்க

உருவாக்கப் பட்டது . அதன் பின் பட்டியல் வழங்கியமைப்புகள் (listserv) மிகவும்பிரபலமானது (இன்றும் பொறியாளர்கள் அதிகம் உபயோகித்து வருகிறார்கள்). ஆனால் , சும்மா டி . நகர்வரை நடந்து சென்றதைப் பற்றி விவாதிப்பதெல்லாம் கிடையாது . பார்த்த நாய்க்குட்டியை டிஜிட்டல்காமிராவில் படம் பிடித்து மேலேற்றி அதைப் பார்த்து பலரும் பரவமடைவதெல்லாம் சமீபகாலத்தில்தான் !

பல நிறுவனங்கள் கொஞ்ச கொஞ்சமாக தங்களுடைய இணையதளங்களில் இப்படி இலவசமாக பதிவுசெய்யப்பட்ட நுகர்வோரை தங்களுடையபொருட்கள் / சேவைகள் பற்றி விவாதிக்க அனுமதி தரத் தொடங்கியுள்ளார்கள் . இதனால் , நுகர்வோரின் யோசனைகள் , தயாரிப்புகளில் உள்ள குறைகளைஉடனே தெரிந்து கொள்ள மேலாண்மைக்கு வாய்ப்பு அதிகரிக்கிறது . உடனே குறைகளை சரி செய்தால் , போட்டியாளர் புதிதாக முளைத்து உங்கள்வியாபாரத்தை ஆட்டம் காணச் செய்வதற்கு முன் நீங்கள் தப்பிக்கலாம் .

எல்லாமே இலவசம் (எங்களது மிக முக்கிய தயாரிப்பு உட்பட) – ஆனால் வேறு வழியில் வருமானம் .

சுருக்கமாகச் சொல்லப் போனால் , இது கூகிள் முறை . இணைய நுகர்வோரிடம் கூகிள் எதற்கும் காசு கேட்பதில்லை . அதன் புகழ் பெற்ற தேடல்சேவையாகட்டும் , அல்லது யுட்யூப் , வரைபட , ப்ளாக் , படிமம் (images), செய்திகள் , ஓர்கூட் , பிகாசா (புகைப்படம்) போன்ற சேவையாகட்டும் , எதற்கும்கட்டணம் இல்லை . கூகிள் ஆவணங்கள் , உலாவியான க்ரோம் , ஜிமெயில் மின்னஞ்சல் , உடன் செய்தி ஜிடாக் (instant messenger) , அண்ட்ராய்ட் என்றஇயக்குதளம் (operating system) – இவை அனைத்தும் அருமையான இலவச சேவைகள் . இலவசம் என்பதற்காக தரக்குறைவு என்று எதையும் சொல்லமுடியாது . மென்பொருள் துறைக்கே உரிய சில பிரச்னைகள் கூகிள் மென்பொருளுக்கும் உண்டு . இலவச சேவை என்பதற்காக சேவைகளின் பதிதல் (response) எந்த வகையிலும் கூகிள் சமரசப்

படுத்துவதில்லை . இரவு 11 மணியாகட்டும் , காலை 8 மணியாகட்டும் இந்த சேவைகளின் பதிதல் ஒன்றாகவேஇருப்பது மகத்தான சாதனை . உலகிலேயே அதிக வழங்கி கணினிகளை கூகிள் வைத்துள்ளது . முதலில் இவை பல நூறாயிரம் என்று சொல்லி வந்தகூகிள் இதைப் பற்றிச் சமீப காலமாக அதிகம் மூச்சு விடுவதில்லை . யாஹூ , கூகிளின் போட்டி நிறுவனம் , இதைப் போன்று பல சேவைகளைஇலவசமாக வழங்கி வந்தது . ஆனால் , கூகிள் வெற்றிக்கு அதன் விளம்பர உத்தி காரணம் . இதைப் பற்றியும் கூகிளின் Adwords பற்றியும் முன்னமே'சொல்வனத்தில்' எழுதியாகிவிட்ட்து . சுறுக்கமாக , கூகிள் ஒரு புதிய விற்பனை வடிவத்தை நுகர்வோருக்கு எந்த ஊடுருவலும் இல்லாமல்உருவாக்கியுள்ளது .

எதைத் தேடுகிறோமோ அதற்கேற்ப விளம்பரம் , எதைப் பற்றி மின்னஞ்சலில் விவாதிக்கிறோமோ அதற்கேற்ப விளம்பரம் என்று நம்முடன் நம்மைஅறியாமலே கூகிள் தன்னை இணைத்துக் கொள்கிறது . நொடிக்குப் பல கோடி வேண்டுகோள்களை இப்படி கையாள்வதால் , பல லட்சம் விளம்பரங்களைஉலகில் எல்லா மூலைகளுக்கும் கொண்டு செல்கிறது . அதனால் , பெரிய லாபமும் ஈட்டுகிறது . அத்துடன் தேடல் சேவையை ஒரு காந்தமாக கூகிள்கையாளுகிறது . முதலில் , கூகிள் தேடல் சேவைக்கு முன்பதிவு தேவையில்லை (registration). அதை மேம்படுத்திக் கொண்டே வருகிறது . கூகிள் தேடல்பிடித்துப் போக , இன்று ஆங்கிலத்தில் கூகிள் ஒரு வினைச்சொல்லாகி விட்ட்து ! எந்த புதிய மென்பொருளை வெளிக் கொண்டுவந்தாலும் அதுஇலவசமாக இருக்க வேண்டும் என்று இதுவரை கூகிள் பிடிவாதமாக இருந்து வந்துள்ளது . அதனால் , கூகிளுடன் போட்டி போடுவது மிககடினமாகிவிட்ட்து . தொடர்ந்து கூகிள் எப்படி செயல்படும் என்று பொறுத்திருந்து பார்க்க வேண்டும் .

கூகிளுக்கு போட்டியாக முளைத்துள்ள ஃபேஸ்புக் கூகிளைப் போல விளம்பரம் மற்றும் இதர இலவச சேவைகளை செய்ய முனைந்து வருகிறது . எவ்வளவு தூரம் இந்த முயற்சி வெற்றி பெறும் என்று

பொறுத்திருந்து பார்க்க வேண்டும் .

இந்த உத்தியைக் கையாளும் எந்த நிறுவனமும் நுகர்வோர் அறிந்தும் அறியாமலும் ஒரு வருமான பின்னணி இருக்க வேண்டும் (hidden revenue stream) . எவ்வளவு அழகாக அந்த பின்னணி வருமான ஓட்டத்தை மறைக்கிறார்களோ அவ்வளவு வெற்றி பெறுகிறார்கள் என்பது என் கருத்து . அமெரிக்கநிறுவனங்களைத் தவிர இந்த உத்தியை அழகாக யாரும் கையாளவில்லை . இதற்கு இணைய கலாசாரமும் தேவை . ஏனோ , அதிகம் இணையகலாசாரமுள்ள ஐரோப்பாவில் இந்த உத்தி அதிகம் வெற்றி பெற்றதாகத் தெரியவில்லை .

11

இலவச இணையம் – எப்படி சாத்தியம்? பகுதி **3**

எல்லாவற்றையும் இலவசமாக நுகர்வோரிடம் ஒப்படைத்தல்

நுகர்வோர் / வாடிக்கையாளர்களிடம் உள்ள உச்சக்கட்ட நம்பிக்கையின் அடையாளம் இது . இந்த உத்தியில் எல்லாவற்றையும் நுகர்வோரிடமே விட்டு விடுகிறார்கள் . ஈபே மற்றும் அமேஸான் போன்ற கட்டுப்பாடு முறைகள் எல்லாம் கிடையாது . இந்த உத்தியில் பெறும் வெற்றி கண்டுள்ள அமைப்பு www.craigslist.org என்ற வகைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பரத்தளம் . இப்படித்தான் விளம்பரம் செய்ய வேண்டும் என்ற வரைமுறைகள் எல்லாம் கிடையாது . க்ரேய்க் நியுமார்க் (Craig Newmark) இந்த சேவையை கலிபோர்னியாவில் ஒரு சின்ன அலுவலகத்தில் தொடங்கி , இன்று அது மிகப்பெரிய வெற்றியைக் கண்டுள்ளது . யார் வேண்டுமானாலும் எதை வேண்டுமானாலும் விற்கலாம் . விற்போர் சுய தணிக்கை முறைகளை கையாளுவார்கள் என்ற நம்பிக்கை க்ரேய்க்கிற்கு . அவருடைய உத்தி என்னவென்றால் , நுகர்வோர் எல்லாவற்றையும் பார்த்துக் கொள்வார்கள் . குறுக்கே யாரும் நின்று தடைகளை உருவாக்கக் கூடாது . (Do not be in their way.)

இது போன்ற உத்தி , பல வகை விவாத அமைப்புகளில் இணையத்தில் பிரபலமாக இருந்தாலும் , விளம்பரத்திற்கு யாரும் சிந்தித்துக் கூட பார்க்காத புதுமை – அதனால் வெற்றி . இதில் சில பிரச்சினைகளும் எழுந்துள்ளன . உதாரணத்திற்கு , கனடாவில் சில மாநில அரசுகள் க்ரேக்ஸ்லிஸ்ட் மேலாண்மையை அழைத்து அதன் சில கட்டுப்பாடற்ற விளம்பர முறைகளை விசாரித்து வருகின்றன . விபச்சார விளம்பரங்கள் கூட தணிக்கையற்று வெளியாகிவிடுகின்றன என்று அரசு

கவலைப்படுகிறது

12

கூட்டமூலத்துவம் **(crowdsourcing) –** ஒரு அலசல்

பலவகை இணைய இலவச முறைகளைப் பற்றியும் சில விஷயங்களைப் பார்த்தோம் . படிப்போருக்கு எல்லாம் நல்முகமாகவே பட்டால் , அதில் உங்களது தவறுஎதுவும் இல்லை . இந்த முறைகளின் கெட்ட முகத்தை நாம் ஆராயவே இல்லை (க்ரேய்க்ஸ்லிஸ்ட் தவிர). அமேஸான் , பெஸ்ட்பை போன்ற இணையதளங்களின் மறைமுக விற்பனை வாதம் இதுதான் : “ நாங்கள் பல தரமான பொருள்களையும் விற்கிறோம் . சிலவற்றில் பிரச்சினைகள் இருப்பது நிஜம் . உங்களின் கருத்துக்களை மதித்து எங்கள் இணைத்தளங்களில் தைரியமாக வெளியிடுகிறோம் . பார்த்து , ஆராய்ந்து நீங்கள் முடிவெடுக்க உதவுவதே எங்கள் குறிக்கோள் .” சட்டென்று பார்த்தால் , நம்பும்படியாகத்தான் இருக்கிறது .

இந்த மாதிரி விமர்சன கலாசாரம் புத்தகங்கள் , சினிமாவிலிருந்து வந்த வெகுஜன விற்பனைத் தந்திரம் . பள்ளி மாணவனாக இருந்த போது எனக்கு நேர்ந்த ஒரு சம்பவம் நினைவுக்கு வருகிறது . ஆங்கிலப் பாடம் ஒன்றின் புத்தகம் படு அறுவையாக இருந்தது . கடைசி வரிசைகளில் அமர்ந்த எனக்கு வேடிக்கையாக ஒரு ஐடியா தோன்றி செயல்படுத்தியும் விட்டேன் . அந்த புத்தகத்தை திறந்து , அமெரிக்க மென் அட்டை புத்தக ஸ்டைலில் , “ ஆஹா , இந்த புத்தகத்திற்கு 5 நட்சத்திரம் கொடுக்கிறேன்” , “ சீக்கிரத்தில் ஒரு ஹாலிவுட் படம் உங்கள் அருகே தியேட்டரில் !”, “ இரண்டு கட்டை விரல் உயர்த்தி !” என்று எழுதித் தள்ளினேன் . அதைப் பார்த்த சக மாணவர்கள் இதை ஒரு ஜோக்காக பார்த்து , வகுப்பு நடக்கும்போது , என் புத்தகத்தை பிடிங்கி , ஒருவர் ஒருவராக படித்து சிரித்து , ஆசிரியர் வரை சென்று விட்டது . நல்ல வேளை , அவரும் சிரித்து விட்டார் !

கூட்ட மூலத்துவ உத்தியை பலதரப்பட்ட இணையதளங்களும் உபயோகிக்க ஆரம்பித்துவிட்டன . இந்த உத்தியை சற்று கூர்ந்து ஆராய்வோம் . முதலில் ஒரு புத்தகமோ , அல்லது சினிமாவோ வெளி வந்தால் , என்ன நடக்கிறது ? ரஜினி ரசிகர்கள் அவரது பட முதல் நாளன்று அவரது போஸ்டருக்குப் பாலாபிஷேகம் செய்து கொண்டாடுகிறார்கள் . இப்படி இவர்கள் செய்வதால் , அது நல்ல படமா ? அதே போல ஹாரி பாட்டர் புத்தகம் வெளி வந்தவுடன் அதைப் பற்றி எழுதுபவர்கள் யார் ? ஜே . கே . ரவுலிங்கின் ரசிகர்கள் . புத்தகமோ அல்லது திரைப்படமோ பிடிக்காவிட்டால் , அதைப் பற்றி எழுதுபவர்கள் மிகச் சிலரே . அத்துடன் இந்த கூட்ட முறையில் , வெளிப்படுவது இரண்டு தீவிர எண்ணங்கள் . ஒன்று , ‘ தெய்வமே’ என்று புகழ்ந்துரைக்கும் தீவிரம் , இல்லையேல் வெறுப்புற்று , ‘ குப்பையே’ என்று இகழ்ந்துரைக்கும் தீவிரம் . உண்மையான நிலை இதற்கு நடுவில் எங்கோ சிக்கி வெளிவருவதே இல்லை .

2009- இல் போர்சுகலில் உள்ள மதீரா பல்கலைக்கழகம் அமேஸானில் வாங்கிய 20,000 பொருட்களைப் பற்றிய கருத்துக்களை ஆராய்ந்தது (நன்றி : ஸையண்டிஃபிக் அமெரிக்கன்). ஆராய்ச்சியில் தெரிய வந்தது என்னவென்றால் , ஒரு சிறிய எண்ணிக்கையானோர் திரும்பத் திரும்ப விமர்சனம் எழுதியவண்ணம் இருந்திருக்கிறார்கள் . இவர்கள் சாதாரண மக்களின் எண்ணங்களை அமுக்கி விடுகிறார்கள் . இதைப் போன்று இணையத்தில் விமர்சனம் செய்பவர்கள் சாதாரண நுகர்வோரைவிட அதிகம் இணையத்தில் மேய்ந்து கொண்டே இருப்பவர்கள் . சில இணையதளங்கள் இதைப் போன்ற விமர்சகர்களை வடிகட்டுகிறார்கள் . ஆனால் , பல தளங்கள் செய்வதில்லை .

இந்த உத்தியின் கெட்ட முகம் இது . சில தளங்களில் (http://www.yelp.com/) பலவகை வியாபாரங்களை விமர்சிக்கிறார்கள் . பல வியாபாரங்களும் இப்படிப்பட்ட விமர்சனங்களை விளம்பரத்துக்காக உபயோகிக்கிறார்கள் . இதில் வேடிக்கை என்னவென்றால் , இந்த இணையதளத்தைச் சேர்ந்த

விற்பனையாளர்கள் , வாடிக்கையாளர்களைப் பற்றிய கெட்ட விமர்சனம் வந்தால் வடிகட்டத் தயங்குவதில்லை . ஒன்று மட்டும் நிச்சயம் . இணைய விமர்சனங்களை அப்படியே நம்பிவிடக் கூடாது . மேலும் நம் அனைவரிடம் ஒரு கூட்டு நடத்தை (group thinking) இருப்பது மறுக்க முடியாது . ஒரு பொது அமைப்பில் மிகவும் ஜாக்கிரதையாக எழுதுவது இயற்கை . எழுதும் எழுத்தின் பின்னணியை (reading between the lines) ஆராய்வது மிக அவசியம் .

13

இணையத்தில் எல்லாம் சுகமா?

சரி , வெற்றி கண்டுள்ள கூகிள் மற்றும் ஃபேஸ்புக் போன்ற நிறுவனங்களில் எல்லாம் பிரமாதமாக நடப்பது போல சொல்கிறீர்களே என்று சிலர் நினைக்கலாம் . முக்கால்வாசி நல்லபடியாக இருந்தாலும் , அங்கங்கே உதைக்கவும் செய்கிறது . வணிகம் பற்றி எழுதும் மேற்கத்திய எழுத்தாளர்களிடம் ஒரு பழக்கம் உண்டு . காற்றடித்தால் ஒரு பத்தகம் , மழையடித்தால் இன்னொன்று , இரண்டும் அடித்தால் மூன்றாவது புத்தகம் , காற்றும் , மழையும் இல்லாமல் வெயிலடித்தால் நான்காவது புத்தகம் இருக்கவே இருக்கிறது ! இவர்களைக் குறை சொல்லி புண்ணியம் இல்லை . ஏனென்றால் , விஞ்ஞானம் போல , என்றும் (குறைந்தபட்சம் , சில பத்தாண்டுகள்) மாறாத கொள்கைகள் கொண்டதல்ல வணிகம் . ஓரளவிற்கு , பொருளாதாரம் / வணிகம் ஒரு குறையுள்ள விஞ்ஞானம் (imperfect science) என்று கொள்ளலாம் . அறிந்து கொள்ள வேண்டிய பாடங்கள் மாறிக் கொண்டே வரும் . மிகவும் முக்கியம் , எந்தப் பாடம் நமக்கு நல்ல பாடம் என்று முடிவெடுப்பது .

ஃபேஸ்புக் சமீபத்தில் அதன் profiles ஐ மாற்றியது . ஒருவரின் வாழ்க்கை வரலாற்றையே இதன் மூலம் எழுதிவிடலாம் . சமூக வலையமைப்புக்கு நாங்கள் வழிவகுக்கிறோம் என்று பறை சாற்றும் ஃபேஸ்புக் , எத்தனை பேரை கேட்டு இதைச் செய்தது ? அதே போல , பல தருணங்களில் ஃபேஸ்புக் , அதன் நுகர்வோரின் அந்தரங்கம் பற்றி அதிகம் கவலைப்படுவதில்லை . நுகர்வோர் சொல்வதையே செய்கிறோம் என்று சொல்லி வரும் கூகிள் , வேவ் (wave) என்ற ஜிமெயில் சேவையை தொடங்கி நன்கு வாங்கிக் கட்டிக் கொண்டது . உதாரணத்திற்கு பல நூறு நண்பர்கள் , உறவினர்கள் , மற்றும் பலரோடு நீங்கள் மின்னஞ்சல் தொடர்பு வைத்திருக்கிறீர்கள் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . வேவ் , உங்களை இணையத்தில் யார் தொடரலாம் என்று தானே முடிவு செய்யத் தொடங்கியது . நுகர்வோர் கொதித்து எழ , கூகிள் பின் வாங்கியது . இது போல , பல்வேறு முயற்சிகளில் கூகிள் சமரசம் செய்து பின்வாங்கியும் உள்ளது . இதில் தெரிவது என்னவென்றால் , பெரிய நிறுவனங்களாக மாறும் பொழுது , பல இடங்களில் முன்போல் அல்லாமல் தவறுகள் நேரத்தான் செய்கிறது . இணையத்தில் எல்லாம் பூதக் கண்ணாடி வழியாக பார்க்க நேரும் பொழுது , அசடும் அதிகமாகவே தெரியும் !

14

உருப்படியான யோசனைகள்

இக்கட்டுரையில் பல வித வியாபார உத்திகளைப் படித்திருப்பீர்கள் . எல்லா உத்திகளும் எல்லா வணிகங்களுக்கும் பொருந்தாது . சமீபத்தில் , தமிழ்நாடு சுற்றுலாத் துறை மிக அழகாக பேனோரோமிக் காமிராக்களைக் கொண்டு பல சுற்றுலாத் தலங்களையும் அதன் இணையதளத்தில் சேர்த்துள்ளது . இலவசமாக , உங்களது கணினியிலிருந்து மதுரை மீனாட்சியம்மன் கோவிலை இன்ச் இன்ச்சாக பார்க்கலாம் – அதே போல ராமேஸ்வரம் ராமசாமி கோவிலையும் ஒரு ஆராய்ச்சியாளரைப் போல அலசலாம் .

http://www.view360.in/virtualtour/madurai/

இதைப் பார்த்து மேலும் சுற்றுலா பயணிகள் அதிகரிக்கும் என்பது இவர்களது கணிப்பு . இது ஒரு நல்ல முன்னேற்றம் . அதே சமயம் தீவிரவாதிகள் இப்படிப்பட்ட காட்சித்தொகுப்புகளை , வரைபடங்களை உபயோகித்துக்கொண்டு குண்டுவெடிப்புகளைத் திட்டமிடலாம் .

எந்த ஒரு உத்தியும் உங்கள் நிறுவனத்தில் வேலை செய்யுமா என்பதை நீங்கள்தான் முடிவு செய்ய வேண்டும் . மேலும் , இக்கட்டுரையில் விளக்கியுள்ள எல்லா உத்திகளிலும் ரிஸ்க் உள்ளதை மறுக்க முடியாது . ஆனால் , இந்த உத்திகள் சில , உங்கள் நிறுவனத்தை மேம்படுத்தும் வாய்ப்புகள் இருப்பதையும் மறுக்க முடியாது .

1. உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் உங்களுடைய தயாரிப்புகளை உபயோகிக்கும்போது பெருமைப்படுகிறார்களா என்பதை முதலில் நீங்கள் அறிந்து கொள்வது அவசியம் . இதற்கு மேற்சொன்ன பல இலவச முறைகளை இணையம் கொண்டு நீங்கள் அறிய முயற்சிக்கலாம் .

2. வாடிக்கையாளர்கள் அதிகம் உபயோகிக்கும் கையேடுகள் போன்ற குறிப்பு விஷயங்களை (reference materials) உங்கள் இணைத்தளத்தில் வெளியிட முயற்சி செய்யுங்கள் .

3. வாடிக்கையாளர்கள் தங்களுடைய பிரச்சினைகளை விவாதிக்க உங்கள் இணைத்தளத்தில் (வெளியுலகிற்கு தெரியாமலிருக்க பதிவு முறையும் வைத்துக் கொள்ளலாம்) வழி செய்யுங்கள் . புது வாடிக்கையாளர்கள் மற்றவர்களின் பிரச்சினைகளைத் தேடி வழி அறியும் முறைகளை ஊக்குவியுங்கள் .

4. பல தயாரிப்பாளர்களின் பொருட்களை விற்கும் வியாபாரமாக இருந்தால் , உங்கள் இணையதளத்தில் பொருட்களை ஒப்பிட்டுப் பார்த்து வாங்கும் முறைகளை அறிமுகப்படுத்துங்கள் .

5. உங்கள் தயாரிப்புகளை வித்தியாசமாக உபயோகம் செய்யும் வாடிக்கையாளர்களின் அணுகுமுறைகளை பிரகடனம் செய்யுங்கள் . இந்த வகை செய்திகளில் வாடிக்கையாளர்தான் ஹீரோ – உங்கள் தயாரிப்பு அல்ல .

6. சில இலவச முறைகளில் சமூகப் பொறுப்பும் வெளிப்படும் வாய்ப்பு உள்ளது . இன்னும் , 10 ஆண்டுகளுக்குக் குறைந்தபட்சம் இந்தியாவில் மின்சார பற்றாக்குறை இருக்க வாய்ப்பு உள்ளது . இன்று இந்தியாவில் பலரிடமும் செல்பேசிகள் உள்ளன . ஒவ்வொரு ஊரிலும் பகுதி வாரியாக மின்வெட்டு வெவ்வேறு சமயங்களில் அமல்படுத்தப்பட்டு வருகிறது . ஏன் உங்கள் இணைத்தளத்தில் இதை வெளியிடுவதுடன் , இந்த பட்டியலை , செல்பேசியில் தரவிறக்கம் செய்யும் வசதியையும் இலவசமாக செய்து கொடுக்கக் கூடாது ? உங்களது நிறுவனத்திற்கு அது ஒரு நல்ல பேரையும் ஏற்படுத்தும் . இதைச் செயல்படுத்த அதிகம் செலவும் ஆகாது .

7. நம் நகரங்களில் பஸ் எந்த நேரத்திற்கு எந்த நிறுத்துமிடத்திற்கு வரும் என்று பலருக்கும் தெரியாது . உங்கள் நிறுவனம் , அருகில் உள்ள பொறியியல் கல்லூரி ஒன்றுடன் இணைந்து , இதை ஒரு இலவச இணைய / செல்பேசி சேவையாக செய்யக் கூடாது ? ஒவ்வோடு பஸ் நிறுத்துமிடத்திலும் ஒரு எளிய குறியீடு தேவை . அத்துடன் உங்கள் சிறிய விளம்பரமும் இருக்கலாம் . செல்பேசியில் ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணைக் கூப்பிட்டால் , அடுத்த பஸ் எப்பொழுது வரும் என்று ஒரு சேவை அமைத்தால் , உங்கள் நிறுவனம் பற்றிய மதிப்பு மக்களிடையே உயரும் . இந்த சேவையை பொறியியல் கல்லூரியே பராமரிக்கட்டும் . அதற்கான வருடாந்திர செலவை மட்டும் உங்கள் நிறுவனம் ஏற்றுக் கொள்ளலாம் .

8. பல தலைமுறை பொருட்களை தயாரிக்கும் (multi-generation products) நிறுவனத்தில் வேலை செய்கிறீர்களா ? பழைய தலைமுறை பொருட்களின் வாடிக்கையாளர்கள் எத்தனை சதவீதம் என்று கணக்கிடுங்கள் . அவை ஒரு 2 சதவீதத்தைவிட குறைவாக இருந்தால் , அந்த பராமரிப்பு சேவையை இலவசமாக்குங்கள் . இந்த மாற்றத்தின் மதிப்பைக் குறைவாக மதிப்பிடாதீர்கள் . மற்ற வியாபரங்களுடன் (நேர்முக பயன்பாட்டாளர்கள் அல்லாத) வேலை செய்யும் தொழிலாக இருந்தால் , இந்த உத்தியை தைரியமாகப் பயன்படுத்தலாம் . இதைப் பற்றி உங்கள் இணைத்தளத்தில் அதிகம் விளம்பரம் செய்யுங்கள் . அடுத்த தலைமுறை பொருட்களுக்கு மேலும் வாடிக்கையாளர்கள் மாறுவதைப் பார்க்கலாம் .

9. வாடிக்கையாளர்கள் பாராட்டு தினம் என்று வங்கிகள் முதல் எல்லா வியாபாரங்களும் ஒரு சம்பிரதாயம் போல செய்து வருகிறார்கள் . நீங்கள் செய்ய வேண்டியது ‘வாடிக்கையாளர்கள் கருத்து தினம்’ (Customer feedback day). வாடிக்கையாளர்களர்களை ஒரு மூன்றாம்

நிறுவனம் மூலம் உங்கள் பொருட்களில் உள்ள குறைகளைப் பற்றி விவாதிக்கச் சொல்லுங்கள் . மேலும் உங்கள் மார்க்கெடிங் திட்டங்களைப் பற்றி அவர்களின் கருத்துக்களைக் கேளுங்கள் .

10. உங்கள் நிறுவனத்தின் தயாரிப்பு விவசாயப் பொருட்களை , கச்சா பொருளாக உபயோகிக்கிறதா ? இடைத்தரகர்களை நீக்கி / நிறுத்தி , விவசாயிகளுடன் நேரடித் தொடர்பு முயற்சிகளில் ஈடுபடுங்கள் . ஐடிசி செய்வது போல , இலவச இணையம் மற்றும் இணைத்தளம் உருவாக்கி அவர்களின் வெற்றிக்கும் வழி செய்யுங்கள் .

15

முடிவுரை

வணிகத்துறை என்றும் மாறும் ஒரு துறை . இக்கட்டுரையில் எழுதியவை இன்று நல்ல ஒரு எடுத்துக்காட்டாக வெளிப்பட்டாலும் , சில வருடங்களுக்குப் பின் செல்லாக்காசாக வாய்ப்புள்ளது . இணையம் புதிய வணிக முறைகளை புகுத்திக்கொண்டு வருகிறது . அதில் இன்று பயன் பெறுவது மிகவும் முக்கியம் . எந்த ஒரு வியாபார முடிவும் உங்களது நிலைமையைப் பொருத்தே வேலை செய்யும் தன்மை கொண்டது . ஏதாவது ஒரு வழியில் உங்களது வியாபாரத்தைப் பற்றி வேறு முறையில் சிந்திக்க இக்கட்டுரை உதவினால் , அதுவே உங்களின் வெற்றியின் முதல்படி

16

பணமற்ற எதிர்காலமா அல்லது எதிர்காலமற்ற பணமா?

கனடாவின் ஒரு பகுதியான யூகான் மாகாணத்தில் , ஒரு பழங்குடித் தலைவர் பேட்டி ஒன்றில் அவர்களது மொழி பற்றி சி . பி . சி . க்கு அளித்த பேட்டியில் , “ எங்கள் மொழியில் பனி சம்பந்தப்பட்ட வார்த்தைகள் கிட்டத்தட்ட 80. ஏனென்றால் எங்களின் மையம் இயற்கை . அதோடு ஒட்டி வாழ்கிறோம் . உங்கள் ஆங்கிலத்தில் ‘பணம்’ என்ற விஷயத்துக்கு ஏறக்குறைய 80 வார்தைகள் இருக்கின்றன . ஏனென்றால் , உங்கள் மையம் அது !” என்றார் .

தமிழிலும் ‘பணம்’ என்ற விஷயம் பல கதைகள் , கவிதைகள் மற்றும் கட்டுரைகளில் உள்ள ஒரு சொல் . ஆனால் ஆங்கிலம் போல பல வார்த்தைகள் கிடையாது – உதாரணம் , மார்ட்கேஜ் , பாண்ட்ஸ் , டிரைவேடிவ்ஸ் , போன்ற வார்த்தைகள் அதிகம் சாதாரண வாழ்க்கையில் தமிழில் பேசப்படுவதில்லை . “ பணம் காசு இருந்தால்தான் , வாழ்க்கை நன்றாக இருக்கும்” என்பது ஒரு சாதாரண வாக்கியம் . பொதுவாக நாம் பணம் , மற்றும் காசை சேர்த்தே சொல்கிறோம் . நாணயம் என்ற சொல் காசு என்பதன் இன்னொரு சொல் . ஆனால் , “ பணநாணயம்” என்று நாம் சொல்வதில்லை . சாதாரண வாழ்க்கையில் பணம் என்பது காகித வடிவத்தையும் காசு / நாணயம் என்பது உலோக வடிவத்தையும் குறிக்கிறது .

17

சரித்திரம்

சீனர்கள் பணம் என்ற விஷயத்தை முதலில் கொண்டு வந்தார்கள் . கிருஸ்து பிறப்பதற்கு 2,000 ஆண்டுகளுக்கு முன் இவர்கள் உலோக பொறிகளை வியாபார மாற்றாக உபயோகித்துள்ளார்கள் . பிறகு கிரேக்கர்கள் உலோக காசுகளை கண்டுபிடித்தார்கள் . சீனர்கள் 13 ஆம் நூற்றாண்டில் முதலில் காகிதப் பணத்தை உருவாக்கினார்கள் . பதினேழாம் நூற்றாண்டில் பிரிடிஷ்காரர்கள் நவீன காகிதப் பணத்தை உருவாக்கினார்கள் . இது , சுருக்கமாக பணத்தின் வரலாறு . அமெரிக்காவில்தான் 1920 வாக்கில் கிரெடிட் கார்டு (Credit Cards) முதல் முதலாக உபயோகப்படுத்தப்பட்டது . முதலில் இவற்றை பெட்ரோல் நிரப்ப மட்டுமே உபயோகப்படுத்த முடியும் . 1950 - களில் டைனர்ஸ் , அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் என்று கார்டுகள் பல இடங்களிலும் உபயோகப்படுத்தக் கூடிய வசதி வரத் தொடங்கியது . 1960 – களில் , விசா மற்றும் மாஸ்டர்கார்டு அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது . அடுத்தபடியாக டெபிட் கார்டு (Debit Cards) என்ற நிதி கருவி அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது . டெபிட் கார்டில் கடன் கிடையாது . உங்கள் கணக்கிலிருந்து உடனடியாக பணம் வியாபாரிக்குக் கைமாறும் . அடுத்தபடியாக , ஸ்மார்ட் கார்டு (Smart Cards) அறிமுகம் . 1967 ல் ஜெர்மனியில் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது . இந்த வகை கார்டுகள் அமெரிக்காவில் 70 களில் உபயோகத்துக்கு வந்தன . இந்த கார்டுக்குள் ஒரு நுண்ணிய கணினி சில்லை உண்டு . ஆரம்பத்தில் முன்னே அமைத்த நிரலை (fixed program) மட்டுமே செயல்படுத்தும் வகையில் இருந்தது . தொழில்நுட்பம் வளர வளர , இன்று இதில் பல வகை நிரல்களை மேலேற்றி பல வகை விஷயங்களுக்கு உபயோகிக்கலாம் .

இப்படி வரலாறாய் இருந்த விஷயம் இன்று பல வகை மென்பொருள் சார்ந்த சேவைகளாய் மாறி , வங்கிகள் , நிதி நிறுவனங்கள் மற்றும் அரசாங்கங்களை சவால் விடும் அளவிற்கு வளர்ந்து விட்டது . விசாவும் , மாஸ்டரும் அவர்களது துரித தொழில்நுட்ப முதலீடுகளால் எங்கும் வியாபித்து இருக்கின்றனர் . ஆனால் , பலவகைப் புதிய முறைகள் , வங்கிகள் , மற்றும் கார்டு வியாபாரங்கள் உருவாக்கிய அடிப்படை நுட்பங்களை உபயோகித்து , அவர்களை விட பெரிதாக வளர்ந்துவிடக்கூடிய சாத்தியக்கூறுகள் இருப்பதாக வல்லுனர்கள் கருதுகிறார்கள் . சுருக்கமாக , இணையம் நிதி உலகையும் ஆட்டிப் படைக்கிறது . இக்கட்டுரையில் மூன்று விஷயங்களின் இணையத் தாக்குதலை அலசுவோம் .

1) வங்கிகள் மற்றும் அதன் சேவைகள்

2) பல விதமான கார்டுகள் மற்றும் சேவைகள்

3) இணைய நிதி சேவைகள்

18

வங்கிகள், வங்கிகள்!

வங்கிகள் நாணயம் கண்டுபிடிப்பதற்கு முன்னரே வந்துவிட்டதாக சொல்கிறார்கள் . வங்கிகள் பணத்திற்கு பதில் தானியங்களை வைத்து வியாபாரம் செய்த கதையெல்லாம் நமக்கு எதற்கு ? மெதுவாக , பணம் என்ற விஷயம் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட பின் வியாபாரத்திற்கு , குறிப்பாக ஏற்றுமதி / இறக்குமதி வியாபாரத்திற்கு வங்கி என்ற அமைப்பு தேவையாகியது . பல நூறு வருடங்களுக்கு வங்கி என்றாலே காகித மயம்தான் . பணக்கடன் என்பது ஒரு 6,000 வருட பழைய சமாச்சாரம் , உங்களுக்கு மட்டுமே இருக்கிற விஷயம் இல்லை ! 1990 களில் ஒரு முறை ஈரான் நாட்டுக்கு செல்லும் வாய்ப்பு கிட்டியது . அப்படியே எல்லாம் காகித மயமான வங்கிகள் இன்னும் இருக்கின்றன . வெறும் கால்குலேட்டர்கள் மட்டுமே எந்திரங்கள் . அதுவும் அவர்களுடைய கரன்ஸியில் (இரானிய ரியால்) சில ஆயிரம் வைத்து ஒரு கர்சீப்பு கூட வாங்க முடியாது !

சரி , நவீன காலத்துக்கு வருவோம் . 20 ஆம் நூற்றாண்டில் வங்கித்துறை உலகம் எங்கும் பரவி பலவித சேவைகளை வழங்கத் தொடங்கியது . 20 ஆம் நூற்றாண்டின் விஞ்ஞான வளர்ச்சியை வங்கித்துறை நன்றாக பயன்படுத்திக் கொண்டது . காகித மயமாக இருந்த வங்கித்துறையில் மேற்கத்திய நாடுகளில் தொழில்நுட்பம் மெதுவாக தலை தூக்க ஆரம்பித்தது . முதலில் டெலக்ஸ் , தொலைப்பேசி என்று அடிப்படையான தொலைத் தொடர்பு தொழில்நுட்பங்கள் வரத் தொடங்கின . டெலக்ஸ் மூலம் பண மாற்று சேவைகள் நகரங்களுக்கு , நாடுகளுக்கு நடுவே வியாபாரத்திற்கு சரிப்பட்டு வந்தது . ஆனால் , வாடிக்கையாளர்கள் காகிதத்துடனே போராடி வந்தார்கள் . 1950 க்கு பின் பயங்கர கணினி முன்னேற்றம் வந்தும் வங்கிகள் பின் அலுவலக வேலைகளுக்கு மட்டுமே கணினிகளை உபயோகித்து

வந்தன . 1955 முதல் 1980 வரை இந்தியாவில் வங்கிகள் தேசியமயமாக்கப்பட்டு , பல சிறிய நகரங்கள் , கிராமங்கள் என்று எல்லா இடங்களிலும் பரவத் தொடங்கின . அரசாங்கத்தின் விவசாய திட்டங்களை செயல்படுத்த அவை தேவைப்பட்டன .

1980 களிலும் வங்கிகள் ராட்சச பின் அலுவலக கணினிகளையே உபயோகித்து வந்தன . தொலைத் தொடர்பு வளர வளர ஃபாக்ஸ் போன்ற அடிப்படை தொலைத்தொடர்பு தொழில்நுட்பங்கள் அறிமுகப் படுத்தினார்கள் . வங்கி துறையில் இருப்பவர்கள் சற்று தயக்க சுபாவம் கொண்டவர்கள் . பிறரின் பணத்தை கையாள்வதால் , எதிலும் இரட்டிப்பு உத்தரவாதம் வேண்டும் . மனிதர்கள் செய்து வரும் இவ்வகை 'உயர்' காரியங்களை எந்திரங்களிடம் எப்படி விடுவது என்பது இவர்கள் வாதமாய் இருந்தது . 1980 கள் இவர்கள் சற்று சஞ்சலப்பட்ட காலம் எனலாம் . கணிகளின் வேகமும் , துல்லியமும் பிடித்திருந்தன . ஆனால் , எப்படி எல்லாம் குளறுபடி செய்யுமோ என்ற பயம் வேறு . என் சொந்த அனுபவத்தில் , தமிழ்நாட்டில் ஒரு சிறிய தென் நகரத்தில் கணினிகளை அறிமுகப்படுத்திய அனுபவம் வினோதமானது . மனிதர்களைவிட அந்த கணினிக்கு அதிகம் மரியாதை கொடுத்தார்கள் (தனியாக ஏர் கண்டிஷன்). அதில் நிரலை உருவாக்கிய என்னை ஒரு பூசாரி போலப் பார்த்தார்கள் . அந்த விசித்திர எந்திரத்திலிருந்து ஒரு பட்டியல் வெளிவருவதை பார்க்க அலை மோதும் கூட்டம் . (" என்ன தம்பி , பளய ரேடியோ போல கரகரன்னு சத்தம் – அச்சடிக்குதோ !") புதிய கணினி வங்கி கிளை என்று ஏகத்துக்கும் விளம்பரப்படுத்தி , பக்கத்தில் உள்ள ஊர்களிலிருந்து பலரும் இந்த அதிசயத்தைப் பார்க்க , கணக்கு திறக்க வண்டியைப் பிடித்து சில மாதங்களுக்கு 'ரங்கநாதன் தெரு' போல ஆக்கிவிட்டார்கள் .

மெதுவாக , கணினிகளுக்குச் சக்தி கூடக் கூட , வங்கிகளும் தங்களது கிளை அலுவல்களுக்கு உபயோகப்படுத்த முற்பட்டார்கள் . மேற்கத்திய நாடுகளில் பெரிய கணினிகளை பழைய தொழில்நுட்பத்தோடு விவரமாக உபயோகிக்க

தொடங்கினார்கள் . இந்தியா போன்ற வளரும் நாடுகள் மலிவாகிக் கொண்டு வந்த நுண்கணினிகளை உபயோகிக்க முற்பட்டனர் . இந்த காலகட்டத்தில் பல மிகப் பெரிய மேற்கத்திய வங்கிகள் தங்கள் சொந்த செலவில் மின்வலையமைப்புகளை (Private Network) உருவாக்கத் தொடங்கினர் . இவர்களின் நோக்கம் வளர்ந்துவரும் பன்னாட்டு வியாபாரத்திற்கு உதவுவது (அதில் பணமும் பண்ணுவது). இந்த பணமாற்றத்தைக் கையாள மிக விஸ்தாரமான நிரல்கள் உருவாக்கப்பட்டன . SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Transactions) என்ற முறை மூலம் பண மாற்றம் பங்கேற்கும் இரு வங்கிகளுக்கு இடையே உலகில் எந்தப் பகுதியிலும் சாத்தியமானது . அமெரிக்காவிற்குள் பணமாற்றத்திற்கு CHIPS மற்றும் FedWire போன்ற அமைப்புகள் உருவாகி வங்கிகள் இந்த புதிய தொழில்நுட்பத்தை உபயோகிக்கத் தொடங்கின . இன்றும் பல அமெரிக்க டாலர் பணமாற்றங்கள் இந்த முறைகளை பின்பற்றுகின்றன . உதாரணத்திற்கு , இந்தியன் வங்கியிலிருக்கும் உங்களது அமெரிக்க டாலர் கணக்கிலிருந்து நியுயார்க்கிலிருக்கும் உங்களது நண்பனின் சிட்டிபேங்க் கணக்கிற்கு மாற்ற வேண்டுமெனில் CHIPS முறை பயன்படுத்தப்படும் . கடிதமாய் எழுதித் தள்ளிய வங்கிகள் மாறத் தொடங்கின .

கடந்த 20 ஆண்டுகளாக வங்கிகள் கிளைகளை கணினி தொழில்நுட்பம் கொண்டு பெரிய அளவில் மாற்றங்கள் கொண்டு வந்துள்ளன . முதலில் , கிளைகளில் கணினிகள் வந்தவுடன் , கணக்கில் உள்ள பாக்கி அறிந்து கொள்வது மற்றும் கணக்குப் பட்டியல் (Account Statement) என்ற வாடிக்கையாளர்கள் சேவைகள் துரிதப் படுத்தப்பட்டன . போகப் போக , ஒரு வங்கியின் கிளைகளுக்குள் பண மாற்ற சேவைகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு எளிதாகியது . இவை நல்ல முன்னேற்றங்களாக இருந்த போதும் , வங்கி கிளைகளுக்குச் செல்ல வேண்டியிருந்த்து .

இணையம் வளர வளர , ஏன் இணையம் மூலம் நம் வங்கி வேலைகளை பார்க்கக் கூடாது என்ற கேள்வி எழுந்தது . ஆனால் , வங்கித் தொழிலுக்கு இன்னும்

இணையம் மேல் நம்பிக்கை வரவில்லை . இன்று பரவலாக இணைய வங்கி சேவைகள் பரவுவதற்கு காரணம் மென்பொருள் மறையீடு (software encryption) நுணுக்கங்கள் . எதிர்காலத்தில் 'சொல்வனத்தில்' இதுபற்றிய கட்டுரைகள் எதிர்பார்க்கலாம் . இவ்வகைத் தொழில் நுட்பங்கள் , ஒரு வாடிக்கையாளரின் நிதி அந்தரங்கத்தை பாதுகாக்க உதவுகின்றன . இன்று இணைய சேவைகள் வழங்காத வங்கிகளே இல்லை என்று சொல்லலாம் .

இணைய சேவைகள் வருவதற்கு முன் வந்த பெரிய தானியங்கிப் புரட்சி 'ஏ . டி . எம் .' என்ற மின்னணு வங்கிக் கிளை அமைப்பு . சாதாரண வங்கி சேவைகளை இந்த எந்திரம் அலுக்காமல் வாரம் முழுவதும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அளித்து வருகிறது . இது வங்கியின் சொந்த வலையமைப்பில் (இணையத்தில் அல்ல) செயல்படுகிறது . முதலில் ஒரு வங்கியின் வலையமைப்புக்குள் செயல்பட்டுவந்த இந்த சேவை , நாளடைவில் வங்கிகளுக்கு இடையேயும் செயல்படத் தொடங்கியது . வங்கிகள் ஒரு படி தாண்டி , இந்த சேவையை பல பொது மக்கள் புழங்கும் வணிக மையங்களில் , பெரிய அலுவலகங்களில் ஏ . டி . எம் . மை நிறுவத் தொடங்கினார்கள் . இன்று பெட்ரோல் வழங்கும் பம்புகள் , சினிமா தியேட்டர்கள் என்று பல இடங்களிலும் ஏ . டி . எம் . வந்து விட்டது .

இணைய வங்கிச் சேவைகள் பல வகையில் உதவுகின்றன . கணக்கில் பாக்கி அறிதல் , பரிமாற்ற விவரம் (transaction listing) , பட்டியல் , பண மாற்றம் போன்ற சேவைகளோடு , மின்சார பில் , வீட்டு வரி , தண்ணீர் வரி என்று பல வகை செலவுகளுக்கு , வீட்டிலிருந்தபடியே -24 மணி நேரமும் - பணம் கட்ட முடிகிறது . இதில் உள்ள மிகப் பெரிய சௌகரியம் , பில் கிடைத்தவுடன் , எதிர்காலத்தில் இன்ன தேதியில் பணம் செலுத்துமாறு வங்கியின் இணைத்தளத்திலேயே பதிவு செய்ய வழி உள்ளமை ; இது மறதியால் சரியான தேதியில் கட்டணம் செலுத்த மறந்து அதற்கு அபராதம் கட்டாமல் இருக்க உதவியாக உள்ளது . அதே போல , பண மாற்று சேவைகளில் பல வகை சேவைகளை வங்கிகள் அளிக்கின்றன . ஒரே வங்கியின்

கிளைகளுக்குள் பண மாற்றம் , வெவ்வேறு வங்கிகளுக்கு இடையே பண மாற்றம் , ஒருவரின் கணக்குகளுக்குள் உடனே பண மாற்றம் , மின்னஞ்சல் மூலம் பண மாற்றம் என்று பல வகை பண மாற்றச் சேவைகள் உள்ளன .

இந்த சமயத்தில் ஹாலிவுட் பண மாற்ற அபத்தத்தைப் பற்றிச் சொல்லியாக வேண்டும் . பல மில்லியன் டாலர்களை பண மாற்றம் செய்ய வில்லன் துப்பாக்கியுடன் மடிக்கணினி முன் மிரட்டுவான் . கடவுச் சொல்லைக் கொடுத்தவுடன் , பெட்ரோல் பம்பில் அளவுமானி போல டிஜிட்டல் எண்கள் ராட்சச வடிவில் உருளும் . பண மாற்றம் முடிந்தவுடன் 'வெற்றி' என்று கணினியிடமிருந்து ஒரு மறுமொழி வேறு ! இந்த அபத்தத்தை இந்திய சினிமாவிலும் அப்படியே காப்பியடிக்கிறார்கள் . உண்மையில் , வங்கிகள் இணைய பண மாற்று சேவையில் உச்ச எல்லைகள் வைத்துள்ளார்கள் . உதாரணத்திற்கு , அந்த உச்ச எல்லை 1 லட்சம் ரூபாய் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . நூறு ரூபாயானாலும் 1 லட்சமானாலும் , பண மாற்றம் நொடியில் முடிந்து விடுகிறது . நடைமுறையில் , எந்த சினிமா அபத்தங்களும் நடப்பதில்லை .

பல ஆண்டுகள் உலகின் மிகப் பெரிய வங்கிகளுக்கு ஆலோசனை வழங்கிய அனுபவத்திலிருந்து வங்கிகளின் தகவல் தொழில்நுட்பக்காரர்களின் மனதில் உள்ள மிகப் பெரிய மூன்று விஷயங்கள் ரொம்பவும் சத்தியமானது என்பதை உணர்ந்தேன் .

1. முதலில் சேவையின் நம்பகத் தன்மை (service reliability) ரொம்ப முக்கியம் . வாரக் கடைசியில் ஏ . டி . எம் . வலையமைப்பு சில மணி நேரம் செயலிழந்தால் அடுத்த நாள் செய்தித்தாளில் வறுக்கப்படுவது வங்கியின் பெயர் .

2. இரண்டாவது , வாடிக்கையாளர்களின் நிதி அந்தரங்கம் (consumer financial privacy). அதில் ஏதாவது களங்கம் ஏற்பட்டால் , வங்கியின் பெயர் தெருவில் சந்தி சிரிக்கும் .

3. மூன்றாவது , சேவையின் துல்லியம் (Transactional

accuracy). கணினி மயமாக்கப்பட்ட சேவை எதிலும் இம்மி அளவு கூட தப்பு இருக்க கூடாது . மனிதத் தவறுகள் மன்னிக்கப்படும் . எந்திரத் தவறுகள் தண்டிக்கப்படும் .

இம் மூன்று விஷயங்களை இங்கு குறிப்பிட காரணம் உள்ளது . நிதி அமைப்புகள் நவீனப்படுத்தப்படும்போது , இந்த மூன்று விஷயங்களையும் கோட்டை விட்டால் தோல்வி நிச்சயம் .

பொதுவாக , நாம் புரிந்து கொள்ள வேண்டிய ஒரு முக்கிய விஷயம் இது : வங்கிகள் சொந்த வலையமைப்பில் (private network) இரு பக்கம் உள்ளது – ஒன்று , வங்கியின் உள் வேலைகளுக்கு (intranet) . இரண்டாவது வெளியுலக வாடிக்கையாளர்களுக்கு (extranet). மூன்றாவது , வாடிக்கையாளர்கள் சௌகரியத்திற்கு இணையம் (inter-net) மூலம் வங்கியின் மறையீடு (encrypted) நிறைந்த இடையமைப்பு (interface) புண்ணியத்தில் உருவான தாற்காலிக வலையமைப்பு . நான்காவது , வங்கிகளுக்கிடையே பண மாற்றுக்கான SWIFT அமைப்பு . மேலே சொன்ன மூன்று முக்கிய விஷயங்களை இந்த வலையமைப்புகளுடன் சிந்தித்து பாருங்கள் . எந்த ஒரு புதிய தொழில்நுட்பமும் நிதித்துறையில் இந்த வலையமைப்புகள் மற்றும் முக்கிய மூன்று கோட்பாடுகளையும் உதறினால் படுத்துவிடும் . -

19

கார்டுகள் கார்டுகள்!

தமிழில் வெளிவந்த ‘அன்பே சிவம்’ என்ற திரைப்படத்தில் பல காட்சிகளில் மாதவன் , தன்னுடைய கிரெடிட் கார்டை உபயோகிக்க முயற்சி செய்வார் . பல சிறிய ஊர்களில் சிக்கி , கார்டை உபயோகிக்க முடியாமல் தவிப்பார் . கடைசியில் சென்னைக்கு வெளியே ஒரு கடையில் கமலுக்காகப் பந்து வாங்குவார் . எப்படியோ கிரெடிட் கார்டு வேலை செய்தவுடன் மாதவனுக்கு நாகரீக உலகிற்குள் அடி எடுத்து வைத்துவிட்ட்து போல தோன்றுவதாக காட்சி .

மேலே நாம் பார்த்த சினிமா காட்சியில் , மாதவன் ஒரு கார்ட் சொந்தக்காரர் (card holder), கடைக்காரர் ஒரு வியாபாரி (Merchant) என்று அழைக்கப்படுகிறார் . எல்லா கடைக்காரர்களும் ’வியாபாரி’ ஆவதில்லை . அதனால் , மாதவனால் கார்டு வைத்து எங்கு வேண்டுமானாலும் பந்து வாங்க முடிவதில்லை . ’ அன்பே சிவம்’ படத்தில் அந்த ரயில்வே ஸ்டேஷன் ’வியாபாரி’ ஆகாமல் மாதவனை ஃபோன் செய்யவிடாமல் படுத்தும் . கிரெடிட் கார்டு விஷயத்தில் இவர்கள் இருவரும் முன்னால் (front interface) இருக்கும் அமைப்புகள் . இவர்கள் மட்டுமே ஒரு பரிவர்த்தனையை முடிப்பதில்லை . முதலில் ’வியாபாரியிடம் ஒரு சிறிய மெஷின் ஒன்று இருக்கும் – இதை கொடுக்கல் வாங்கல் முனைக் கணினி (transaction terminal) என்கிறார்கள் . மாதவன் கையில் இருந்த கார்டு பொதுவாக ஏதாவது ஒரு வங்கி வழங்கியதாக இருக்கும் – நாம் இந்த உதாரணத்தில் , அதை இந்தியன் வங்கி என்று வைத்துக் கொள்வோம் . இந்த உதாரணத்தில் , இந்தியன் வங்கி அட்டை வழங்குபவர் (card issuer) என்று அழைக்கப்படுகிறது . இதற்கிடையில் சேகரிப்பார் (Acquirer) என்ற ஒரு அமைப்பும் உண்டு . விசாவின் சொந்த தனியார் வலையமைப்பில் இந்த ‘பந்து’ பரிவர்த்தனை நடக்கிறது . மாதவன் தன் கார்டை மெஷினில் அழுத்தி இழுத்ததும் (swipe) செய்தவுடன் ,

பரிவர்த்தனை விவரங்கள் (யார் , எப்பொழுது , எவ்வளவுக்கு , யாரிடமிருந்து வாங்கினார்) முதலில் விசாநெட் மூலம் சேகரிப்பாரை (Acquirer) அடைகிறது . அங்கிருந்து விசாநெட் மூலம் , வங்கிக்கு இதே விஷயங்கள் தெரிவிக்கப்படுகின்றன வழங்குவார் (issuer). கணக்கில் நிதி நிலையைப் பொறுத்து , வங்கி விசாநெட் மூலம் ஒப்புதல் / நிராகரிப்பு சேகரிப்பார் (Acquirer) மூலம் 'வியாபாரி'க்கு வினாடியில் தெரிவித்துவிடும் . கையெழுத்திட்டுவிட்டு பொருளை மாதவன் வாங்கி செல்லுவார் .

'வியாபாரி' கையெழுத்திடப்பட்ட காகிதங்களை சேகரிப்பாருக்கு (Acquirer) க்கு அனுப்பிவிடுவார். அந்த நிறுவனம் அதை செயல்படுத்திவிட்டு, வங்கியிடமிருந்து (வங்கிகளிடமிருந்து) பணத்தை மெர்செண்டின் வங்கிக் கணக்கில்(இதற்காக 'வியாபாரி' கணக்கு திறக்க வேண்டும்) சேர்த்து விடுவார்கள். வங்கி, மாதவனுக்கு அவரது கிரெடிட் கார்டு வாங்கல்களை பட்டியலிட்டு அனுப்பி விடுவார்கள். மாதவனையே வைத்துக் கொள்வோம் – வாசகருக்கு

ஏன் வீண் கடன்! மாதவன் குறித்த தேதிக்குள் வங்கிக்குப் பணத்தைக் கட்டிவிடுவார். இதுவரை என் இரு 'சொல்வனம்' கட்டுரைகளில் மாதவன் வந்துவிட்டார் என்பது தற்செயலே – ஏன் அவர் ஷாலினியை வித்தியாசமாய் சைட் அடிக்க வேண்டும், ஏன் கமலுக்கு கிரெடிட் கார்டு மூலம் பந்து வாங்கி கொடுக்க வேண்டும்?

விசாநெட் போல மாஸ்டர்நெட்டும் உண்டு . பல பரிவர்த்தனை முனைக் கணினிகள் அல்லது கொடுக்கல் வாங்கல் முனைக் கணினிகள் (transaction terminals) பல சேகரிப்பார் (Acquirer) களுடன் தொடர்பு கொள்ளும் திறம் படைத்தவை . அதனாலேயே உங்களால் , பெரிய கடைகளில் எந்த கிரெடிட் கார்டையும் உபயோகிக்க முடிகிறது . விசா / மாஸ்டர்நெட்டைப் பயன்படுத்துவது ஏன் ? மிக மிக பாதுகாப்பான விசாவின் / மாஸ்டரின் வலையமைப்பு அது . உலகில் பல மில்லியன் கி . மீ . க்கு சொந்த செலவில் கடலுக்கடியே , நிலத்துக்கடியே எல்லாம் விசா / மாஸ்டர்காரர்கள் இந்த வலையமைப்பை பல ஆண்டுகள் முதலீடு மற்றும் உழைப்புடன் செய்துள்ளார்கள் . ஏன் செய்ய வேண்டும் ? உதாரணத்திற்கு , மாதவன் பந்து 20 ரூபாய் என்று வைத்துக் கொண்டால் , இதில் விசாவுக்கு ஏறக்குறைய 40 பைசா (2%) கொடுக்கப்பட வேண்டும் . வங்கி மற்றும் சேகரிப்பாருக்கு (Acquirer) இன்னொரு 40 பைசா கொடுக்கப் படுகிறது . இது மிகப் பெரிய வணிகம் . உதாரணத்திற்கு , கனடாவில் மட்டும் கடந்த டிசம்பர் 24 அன்று (கிருஸ்மஸ்ஸுக்கு ஒரு நாள் முன்) மதியம் 1 மணி முதல் 2 மணிக்குள் வினாடிக்கு 400 கிரெடிட் கார்டு பரிவர்த்தனைகள் நடந்தன . அதாவது , அந்த ஒரு மணி நேரத்தில் 1,440,000 பரிவர்த்தனைகள் நடந்து முடிந்தன . ஒவ்வொன்றிலும் 2% என்று கணக்கிடுங்கள் . இதை எதிபார்த்துத்தான் விசா மற்றும் மாஸ்டர் அட்டை நிறுவனங்கள் உலகெங்கும் சொந்த பாதுகாப்பான வலையமைப்புகளில் முதலீடு செய்துள்ளன . அமெரிக்க வியாபாரம் இதைவிடப் பல நூறு மடங்கு பெரிதானது .

டெபிட் கார்டுகள் கிரெடிட் கார்டுகளுக்குப் பிறகே

வந்தவை . சில சமயங்களில் 'ஷாப்பிங்' செய்யும் போது பணத்தை எடுத்துச் செல்வது அபாயகரமானது என்று நாம் நினைக்கிறோம் . திருடர்களிடம் எதற்கு வம்பு என்று ப்ளாஸ்டிக்கை நம்பி தங்கம் வாங்கும் ஜாதி நாம் ! பல நாடுகளிலும் பல தொழில்நுட்பங்கள் இதற்குப் பயன்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன . முக்கியமான விஷயம் , டெபிட் கார்டில் கடன் கிடையாது . இது ஒரு துரிதப் பண மாற்று சேவை என்று கொள்ளலாம் . உங்களது சங்கேத எண் (Pin number) கொடுத்தபின் வங்கியில் உள்ள உங்கள் கணக்கிலிருந்து பணம் கடைக்காரரின் கணக்கிற்கு உடனே மாறிவிடும் . உலகிலேயே , கனடாவில் டெபிட் கார்டுகள் மிக பிரபலம் . இங்கு கனேடியர்கள் உருப்படியாகச் செய்த விஷயம் இண்டராக் (Interac) என்ற லாபநோக்கற்ற ஒரு அமைப்பிடம் டெபிட் கார்டுகளை விட்டு விட்டார்கள் . இதனால் , மாதவன் கனடா வந்தால் -60 டிகிரி குளிரில் டாஸனில்கூட (யூகான் மாகாணம்) டெபிட் கார்டில் பந்து வாங்கலாம் . டெபிட் கார்டுகளுக்கான கட்டணம் குறைவாக இருப்பதால் (கிரெடிட்டை விட) மிகப் பரவலாக கனடாவில் உபயோகத்தில் உள்ளது . கனடாவில் டெபிட் கார்டுகளின் வலையமைப்பு இண்டராக்கிற்கு சொந்தமானது . எல்லா பெரிய / சிறிய வங்கிகளும் கனடாவில் இண்டராக் வலையமைப்புடன் அழகாக ஒத்துழைக்கின்றன . இல்லாவிட்டால் , வாடிக்கையாளர்கள் இண்டராக் வசதியுள்ள இன்னொரு வங்கிக்குப் போய் விடுவார்கள் .

டெபிட் மற்றும் கிரெடிட் கார்டுகள் காகிதப் பணத்திற்கு அதிக உபயோகமில்லாமல் செய்து விட்டன . வங்கிகளும் அதிகம் காகிதப் பணத்தை முன் போல வைத்துக் கொள்வதில்லை . காகிதப் பணத்திலிருந்து ப்ளாஸ்டிக் பணத்திற்கு மாறி ஒரு பத்து வருடங்கள் ஆகிவிட்டது . சரி , உங்கள் வங்கிக் கணக்கில் , இத்தனை பணம் இருக்கிறது என்பது எதைக் குறிக்கிறது ? சமூக அந்தஸ்தை ஒரு புறம் தள்ளி வைத்து பார்த்தால் , அது வங்கியின் வழங்கி கணினியில் உள்ள தகவல் (Data), அவ்வளவுதான் . உங்கள் பர்ஸைத் திறந்தால் உங்களது நிதி நிலைமையைச் சொல்லவே முடியாது . இன்று பல வித ப்ளாஸ்டிக் நிறைந்த இடம் பர்ஸ் . நீங்கள் கடனாளியா

அல்லது பணம் நிறைந்தவரா என்று உங்கள் பர்ஸை பார்த்துச் சொல்லவே முடியாது . காகிதப் பணத்திலிருந்து மிக மதிநுட்பமிக்க நிதி வகை அமைப்பை ஒரு 60 ஆண்டுகளில் நாம் அடைய கணினியும் , தனியார் வலையமைப்புகளும் , இணையமும் காரணம் என்றால் மிகையாகாது .

இவை மட்டுமல்ல , பல வகை விசுவாச கார்டுகள் (loyalty cards) கடந்த 25 ஆண்டுகளாக பிரபலமாக உள்ளன . இவற்றைப் பல வகைகளாகப் பிரிக்கலாம் :

1. அரசாங்க சேவைகளில் (முக்கியமாக பயணத்திற்கு) விசுவாச கார்டு

2. அங்கத்தினருக்கான சிறப்பு விசுவாச கார்டுகள் – இவை முக்கியமாக பெரிய சில்லறை வியாபாரங்களால் வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை வளர்க்க உபயோகமான கார்டுகள்

3. விமானப் பயண விசுவாசக் கார்டுகள் . இவை சற்று வேறுபட்டவை – இவற்றில் பயன்பாட்டுக்கு ஒப்ப புள்ளிகளாகத் தனிக் கணக்கில் சேரும் . அப் புள்ளிகளை அதே விமான நிறுவனம் அல்லது அது உறவு கொண்ட இதர விற்பனை நிறுவனங்களில் பரிவர்த்தனைக்குப் பல விதத்திலும் உபயோகிக்கலாம் .

20

அரசாங்க சேவைகள்

சிங்கப்பூருக்கு சென்றிருந்த பொழுது , ஊரைச் சுற்றிப் பார்க்க அந்த நகரத்தின் பொதுப் பயண வசதிகளையே உபயோகித்தேன் . அங்குள்ள எந்திரங்களில் ஒரு புறம் கடனட்டையை நுழைத்து , மற்றொரு புறம் அவர்கள் பயண அட்டையை நுழைத்தால் அப்பயண அட்டையில் நாம் சொல்கிற அளவு தொகை ஒன்று கணக்கிலேறும் . பின் அந்த அட்டையை பயண வசதியில் உள்ள ஒரு முனைக்கணினியில் நுழைத்தால் ஆங்காங்கே ரயில் , பஸ் என்று எதில் வேண்டுமானாலும் செல்லலாம் . அவர்களுடைய டாலரைத் தவறாகக் கையாண்டு முழிக்க வேண்டாம் . இன்று பல நாடுகளிலும் இது வந்து விட்டது . பெரிய நகரங்களில் நேரமின்மையால் மக்களுக்கு இதைப் போன்ற அமைப்புகள் மிகவும் உதவியாக உள்ளன . அதிகம் உபயோகிக்க உபயோகிக்க , கட்டணமும் குறைந்து கொண்டே வரும் . உதாரணத்திற்கு , மாத்தில் 3 முறை மட்டுமே பயணித்தால் சலுகை கிடையாது . 40 முறை பயணித்தீர்கள் என்று வைத்துக் கொள்வோம் , மாதக் கட்டணத்தை மனதில் கொண்டு , உங்களுக்கு சலுகை கட்டணம் அளிக்கப்படும் . இதனாலேயே இவ்வகை கார்டுகளை ”ஸ்மார்ட் கார்ட்” என்கிறார்கள் .

21

அங்கத்தினர் சேவைகள்

அங்கத்தினர் கார்டுகள் இல்லையேல் வட அமெரிக்காவில் உள்ள பெரிய வியாபாரங்களில் எத்தனை பணமிருந்தாலும் எதுவும் வாங்க முடியாது . ஸாம்ஸ் க்ளப் , காஸ்ட்கோ போன்ற அமைப்புகளின் கடைகளில் நுழையவே அங்கத்தினராகி அந்நிறுவனங்கள் கொடுக்கும் அடையாள அட்டைகளைக் காட்ட வேண்டும் . அதன் பின் பொருட்களை வாங்குவதற்கு அவர்களுடைய அல்லது அவர்கள் விரும்புகிற கடனட்டை அல்லது ஒரு வங்கியின் டெபிட் அட்டை தேவை . அவர்கள் ஒன்றும் ராக்கெட் விற்கவில்லை . சாதாரண வாழ்க்கைக்குத் தேவையான பொருட்களையே விற்கிறார்கள் . மலிவு விலையில் பொருட்களை வாங்கப் பணத்தைவிட , இந்த விசுவாச கார்டுகள் தேவை . அதே போல , பல தங்கும் விடுதிகளில் (Hotels) விசுவாச கார்டுகளுக்கு பணத்தைவிட மவுசு அதிகம் . இவ்வகை கார்டுகள் உங்களிடம் இருந்தால் , உங்களுக்குப் பிடித்த அறை , பிடித்த அறையில் உள்ள வசதிகள் , ஏன் முன்பதிவே இல்லாமல்கூட அறை என்று பல சலுகைகள் கிட்டும் சாத்தியம் . அதிகம் இவற்றை உபயோகப்படுத்துவதால் , சில இரவுகளுக்குள் கட்டணமும் விலக்கு . அப்படியே விடுமுறைக்காக அந்த ஹோட்டலின் கிளைகளில் எதிலேனும் தங்கினால் , சில கேளிக்கைகளும் இலவசம் . பணத்தால் இதை வாங்க முடியாது – விசுவாசத்தால் முடியும் .

இதுவே இன்று பெரிதாக வளர்ந்து , பெரிய கடைகள் உலகம் முழுவதும் தங்களுடைய விசுவாச கார்டுகளை உருவாக்கியுள்ளன . உதாரணம் , சென்னை சில்க்ஸ் கார்டு கொண்டு அங்கு வாங்கும் ஜவுளிக்கு தள்ளுபடி பெறலாம் . இன்று , பெட்ரோல் பம்புகள் , மின்னணு சாதனக் கடைகள் , வீட்டு சாமான் கடைகள் என்று எல்லோரும் போட்டி போட்டுக் கொண்டு கார்டுகளை அள்ளி வீசுகிறார்கள் . சற்று வேறு விதமாய் பல

கடைகள் ‘அன்பளிப்பு கார்டுகள்’ (gift cards) என்று விற்கிறார்கள் . இன்று இது ரொம்ப சகஜமான விஷயம் . ஒரு குழந்தையின் பிறந்த நாள் கொண்டாட்டத்திற்கு செல்லும் போது , இப்படிப்பட்ட அன்பளிப்பு கார்டுகள் , குழந்தைக்கு அந்த கடையில் பிடித்ததை வாங்கிக் கொள்ள உதவியாக இருக்கிறது . அன்பளிப்பு கார்டுகள் மூலம் , பணத்திற்குப் பதிலாக ஒரு குறிப்பிட்ட கடையில் பொருட்களை வாங்க உபயோகிக்கலாம் . இந்த கார்டை வாங்க , முதலில் அதை டெபிட் , கிரெடிட் அல்லது பணத்தை வைத்து வாங்க வேண்டும் .

22

விமானப் புள்ளி கார்டுகள்

அதிகம் விமானப் பயணம் செய்வோர் (Air warriors) சேர்ப்பது ஒரு வகை 'புள்ளிகள்' (points). பெரும்பாலும் ஓரளவுக்குப் (200,000 புள்ளிகள்) புள்ளிகள் சேர்த்து விட்டால் , இலவச விமானப் பயணம் மற்றும் குடும்பத்தோருக்கும் டிக்கெட் என்று சலுகைகள் புள்ளிகளுக்கு ஈடாகக் கிட்டும் . அதாவது , புள்ளிகளைச் செலவழித்து மேற்படி வசதிகளைப் பெறலாம் . புள்ளிகள் பணத்துக்கு நிகராக ஆகின்றன . ஆனால் மேற்படி புள்ளிகளை வேறெங்கும் சுதந்திரமாக , நம் விருப்பத்துக்குச் செலவழித்து விட முடியாது . அந்த விமான நிறுவனங்களோடு வர்த்தக உறவு கொண்ட சில வியாபார நிறுவனங்கள் இந்தப் புள்ளிகளை அட்டையிலிருந்து கழித்துக் கொண்டு தம் விற்பனைப் பொருட்களை உங்களுக்கு வழங்க முன்வரலாம் .

விமானக் கம்பெனிகள் இணைந்து இது போன்ற புள்ளி கார்டுகளை அளிக்கும் போது சற்று வசீகரமாகவே உள்ளது . இவ்வகை புள்ளிகளைச் செலவழித்து , ஹோட்டலில் இலவசமாகத் தங்கலாம் , வாடகை கார்களை ஓட்டுவற்காக எடுக்கலாம் , ஏன் , புத்தகங்கள் கூட வாங்கலாம் . இன்று இணையத்தில் , புள்ளி மாற்று வேவைகள் வந்துவிட்டன . அதாவது , உதாரணத்திற்கு , விமானப் புள்ளிகளை சென்னை சில்க்கிற்கு மாற்றி ஜவுளி எடுக்கலாம் .

இவற்றை நாம் பொதுவாக இரண்டாம் கட்ட கார்டுகள் என்று சொல்லலாம் . ஏனென்றால் , இவ்வகை கார்டுகளை வாங்க முதலில் கிரெடிட் அல்லது டெபிட் கார்ட்டை உபயோகித்திருக்க வேண்டும் . எல்லாம் வாடிக்கையாளர்களின் விசுவாசத்தை சம்பாதிக்க உருவாக்கப்பட்ட உத்திகள் . முக்கியமாக கவனிக்கப்பட வேண்டிய விஷயம் , காகிதப் பணத்தை வைத்துதான் ஒரு 10 ஆண்டுகளுக்கு முன் மேற்சொன்ன எல்லா சேவைகளையும் வாங்கி வந்தோம் . காகிதப் பணம்

முதலில் க்ரெடிட் கார்டுகளின் பின்னே மறைந்து நின்றது . பிறகு , இவ்வகை விசுவாச கார்டுகள் மற்றும் அன்பளிப்பு கார்டுகளால் , இன்னொரு தடுப்புக்குப் பின்னே மறைகிறது . காகிதப் பணம் , சினிமாவிலும் , மற்ற சட்ட விரோத விஷயங்களில் மட்டுமே இன்னும் விளையாடுகிறது . மற்றபடி அன்றாட வாழ்க்கை நிதி பரிமாற்றங்கள் விசா / மாஸ்டர் மற்றும் வங்கிகளின் வலையமைப்பில் பல வகை அலங்காரங்களோடு நடந்து முடிந்து விடுகின்றன . எதன் மூலம் இந்த அட்டைகள் அங்கீகாரம் பெற்று வர்த்தக உறவுகளை நடத்துகின்றனவோ , அந்தக் காகிதப் பணம் இன்று சந்தேகத்துடன் பார்க்கப் படும் பொருளாகப் பல இடங்களில் ஆகியிருக்கிறது . அது கள்ளப் பணம் என்பதால் மட்டும் சந்தேகிக்கப்படுவதில்லை , கறுப்புப் பணம் , பலவகை சட்ட விரோத நடவடிக்கைகளுக்குக் கணக்கு , பதிவு ஆகியவற்றுக்கு அப்பாற்பட்ட பரிமாற்றங்களுக்குப் பயன்படுவதால் காகிதப் பணம் என்பது மெல்ல மெல்ல ஐயத்துக்குட்படுகிறது . அதன் பல பதிலி வடிவங்களோ மெல்ல மெல்ல கூடுதல் நம்பகத்தன்மை பெறுகின்றன .

இதில் சில தத்துவப் பிரச்சினைகள் உண்டு . அவற்றை நீங்கள் ஊகித்திருக்கலாம் .

23

அரசாங்கத்தைவிட பெரிசு

சற்று யோசிப்போம் .

விசா நொடிக்கு 10,000 நிதி பரிமாற்றங்களை கையாள்கிறது . இணையத்திற்கு அடுத்தபடியாக உலகில் மிகப் பெரிய வலையமைப்பு விசாவுடையது . செப்டம்பர் 30, 2010 ல் விசாவின் அறிக்கைப்படி , 3 மாதத்திற்கு $828 பில்லியன் டாலர்கள் நிதி பரிமாற்றங்களைக் கையாண்டுள்ளது . அதாவது , வருடத்திற்கு 3 டிரில்லியன் டாலர்களுக்கும் அதிகமான தொகையைக் கையாளும் நிறுவனம் விசா .

மாஸ்டர்கார்டின் அதே கால கட்ட 3 மாத பரிமாற்றங்கள் $528 பில்லியன்கள் . வருடத்திற்கு ஏறக்குறைய 2 டிரில்லியன் டாலர்கள் .

இவ்விரண்டு நிறுவனக்கள் வருடத்திற்கு ஏறக்குறைய 5 டிரில்லியன் டாலர்கள் நிதி பரிமாற்றங்களைக் கையாளுகின்றன . 2009 ஆம் ஆண்டில் அமெரிக்காவின் மொத்த தேசிய வருவாய் (US GDP) 14.12 டிரில்லியன் டாலர்கள் . இதுவரை அமெரிக்க அரசாங்கத்துக்கு இணையாக எந்த ஒரு நிறுவனமும் நிதியைக் கையாளவில்லை . என்றாலும் உலகில் உள்ள இதர அரசாங்கங்களை விடச் சக்தி வாய்ந்த நிறுவனங்களாய் கிரெடிட் கார்டு நிறுவனங்கள் உருவெடுக்கத் தொடங்கிவிட்டன . அதனால் என்ன என்று நினைக்கக் கூடும் . எந்த வித நிதிக் கொள்கையையும் இவர்களைக் கலக்காமல் , விட்டு விட்டு முடிவெடுக்க முடியாத நிலையை உண்டு பண்ணிவிட்டார்கள் .

வங்கிகள் , வியாபாரம் , அரசாங்கம் , உற்பத்தி , ஆராய்ச்சி , பொருளாதாரப் பகிர்வு (distribution) , போக்குவரத்து , தொலைத் தொடர்பு , ஏற்றுமதி , இறக்குமதி – நான் இங்கு மந்திரி பதவிகளைச் சொல்லவில்லை – எல்லா துறைகளிலும் கிரெடிட்

கார்டின் ஆளுமை மறுக்க முடியாதது . சொல்லப் போனால் , ஒரு குட்டி அரசாங்கமே கிரெடிட் கார்டுக்குள் அடக்கம் – அத்தனை சக்தி வாய்ந்த அமைப்பு இது .

இவ்வளவு பெரிய கடனட்டை நிறுவனங்கள் என்னும் சக்திகளையும் ஆட்டம் காணச் செய்யும் சக்தி ஒரே ஒரு ஊடகத்திற்கு மட்டுமே உண்டு – அது இணையம் .

24

பணமற்ற எதிர்காலமா அல்லது எதிர்காலமற்ற பணமா? – இரண்டாம் பகுதி

வங்கியாவது , கார்டாவது !

இணையத்தில் பலவகை நுகர்வோர் நிதி பரிமாற்றங்களை எளிதுபடுத்த முயற்சிகள் செய்து , ஓரளவு வெற்றியும் பெற்றுள்ளார்கள் . இவற்றை மூன்று வகைகளாக அலசலாம் .

1. முந்தைய அமைப்புகளின் இணைய வடிவம்
2. புதிய இணைய முறைகள்
3. செல்பேசி நிதி முறைகள்

இம்மூன்று முறைகளும் நுகர்வோருக்குச் சௌகரியம் அளிப்பவையானாலும் சில வேறுபாடுகள் இருக்கத்தான் செய்கின்றன . முதல் வகையில் உள்ள மிகப் பெரிய பலம் , அதன் பின்னணியில் உள்ள தனியார் வலையமைப்பின் பாதுகாப்பு மற்றும் நம்பகத் தன்மை . இரண்டாவது வகையில் சில சௌகரியங்கள் முதல் வகையைவிட அதிகம் . ஆனால் , அதன் பின்னணி தொழில்நுட்பத்தை ஆராய்ந்து முடிவெடுத்தல் அவசியம் . சில புதிய முறைகள் பழைய அமைப்புகளைப் பின்னணியாகக் கொண்டு சேவை செய்யும் திறனையும் கொண்ட்து . மூன்றாவது முறை மிக சமீப காலமாக வளர்ந்து வரும் ஒரு துறை . உலகில் இணையம் பரவாத இடங்களில் செல்பேசிகள் பரவி விட்டது கண்கூடாக தெரிகிறது – இது வளரும் நாடுகளில் ரொம்ப சகஜம் . செல்பேசிகள் மூலம் நிதி பரிமாற்றங்கள் வங்கிகள் இல்லாத குறையை பலருக்கு தீர்த்து வைக்கிறது . இவற்றை விவரமாக ஆராய்வோம் .

25

இணைய வங்கிகள் – முந்தைய அமைப்புகளின் இணைய வடிவம்

முதலில் ஒரு முக்கிய எதிர்கால ஜோஸ்யம் : 2018 க்குள் செக் (cheque) என்ற விஷயம் மறைந்துவிடும் என்று மின்னணு நிதி வல்லுனர்களால் நம்பப்படுகிறது . குறைந்த பட்சம் வளர்ந்த நாடுகளில் நிச்சயம் இது நிகழும் வாய்ப்பு உள்ளது . இதற்கு என்ன காரணம் ? வங்கிகள் முக்கிய சேவைகளை இணையம் மூலம் வழங்கத் தொடங்கியதுதான் . இன்று பலவித பில்கள் கட்டுவதற்கு இணையம் மூலம் வசதி உள்ளது . அதே போல கணக்கில் பாக்கியை தொலைப்பேசி மூலமாகவோ அல்லது இணையம் மூலமாகவோ தெரிந்து கொள்ளலாம் . பண மாற்றமும் இணையம் மூலம் செய்யலாம் . கணக்கு பட்டியல் (Account Statement) இணையம் மூலம் . கணக்கை திறக்கக் கூட தொலைபேசி , மற்றும் தபால் மூலம் செய்து விடலாம் . ஏதோ உதைக்கிறதே ! வங்கி கிளை எதற்கு , அதில் வெய்யிலில் வரிசை எதற்கு ?

இணைய வங்கிகள் சக்கை போடு போடுகின்றன . ING, ஹாலண்டு நாட்டைச் சேர்ந்த வங்கி . இந்த வங்கி வட அமெரிக்காவில் முற்றிலும் இணையம் மற்றும் தொலைபேசி வைத்துக் கொண்டே அருமையாக வணிகம் நடத்தி வருகிறது . அதன் பல லட்சம் வாடிக்கையாளர்கள் எந்த கட்டிடத்தையும் நம்பி வரவில்லை . மற்ற வங்கிகளுடன் தொடர்பு வைத்துக் கொண்டு அவர்களின் ஏ . டி . எம் . - மில் பணம் எடுத்துக் கொள்ள வழி செய்கிறார்கள் . தலைமையகம் என்று ஒன்று உண்டு . சில மார்கெடிங் கியாஸ்க்குகள் உண்டு . அவ்வளவுதான் . இந்தியாவில் வைஸ்யா வங்கியுடன் கூட்டு முயற்சி கொண்டு வழக்கமான கிளை அமைப்புகள் மூலமும் இயங்கி வருகிறது .

இணைய வங்கிகள் பல நாடுகளிலும் வெற்றிகரமாக இயங்கி வருகின்றன . இவர்களுக்குக் கட்டிட வாடகை , பராமரிப்பு போன்ற செலவுகள் கிடையாது . அதனால் ,

சற்று அதிகம் வட்டியும் தர இயலுகிறது . முழுவதும் இன்னும் மக்களுக்கு நம்பிக்கை வரவில்லை என்றாலும் , மெதுவாக இது மாறி வருகிறது . கட்டிடம் இருக்கும் வங்கிகள் தரும் உத்தரவாதத்தை இவர்களும் தருவதால் பொதுக் கருத்து மாறி வருகிறது .

26

இணையத்தில் கிரெடிட் கார்டுகள் – முந்தைய அமைப்புகளின் இணைய வடிவம்

அமேஸானில் எப்படி புத்தகம் வாங்குகிறோம் ? அல்லது , விமான டிக்கட் எப்படி இணையத்தில் வாங்குகிறோம் ? எல்லாம் கிரெடிட் கார்ட் மூலமாகத்தான் . எப்படி க்ரெடிட் கார்ட் இணையத்திற்கு வந்தது ? 1990 களில் இணையம் மிகவும் பிரபலமடையத் தொடங்கியதும் , அதை ஏன் பல்வேறு வியாபார விஷயங்களுக்கு பயன்படுத்தக் கூடாது என்ற கேள்வி எழுந்தது . பண விஷயங்களில் இணையத்தை பயன்படுத்த மக்களின் தயக்கம் அந்த நாட்களில் நியாயமானது . ஏனென்றால் , இணையத்தில் ஒருவரின் அடையாளத்தை சரியாகச் சொல்லத் தேவையில்லை . விளம்பரத்தால் நுகர்வோரை ஏமாற்றி அவர்களின் பணத்தைச் சுருட்ட ஓட்டைகள் இருப்பதை வல்லுனர்கள் ஒப்புக் கொண்டனர் . அந்த நேரத்தில் விசா போன்ற அமைப்புகளின் தனியார் வலையமைப்புகள் மீது மக்களுக்கு நம்பிக்கை வளர்ந்திருந்தது . எப்படியாவது தனியார் வலையமைப்பையும் இணையத்தையும் சரியாக இணைத்தால் , உலக வணிகத்தையே மாற்ற வழி இருப்பது தெரிந்தது . பூனைக்கு மணி கட்டுவதை அமேஸான் மற்றும் ஈ . பே . போன்ற நிறுவனங்கள் மேற்கொண்டன . அமேஸானின் ஆரம்ப நாட்களில் அந்நிறுவனம் நஷ்டத்தையே பார்த்ததற்கு இதுவும் ஒரு காரணம் . புதிய வணிக அமைப்புகளை உருவாக்குவது மிகவும் ரிஸ்க் நிறைந்த , ஆனால் , மிகவும் பலன் தரக்கூடிய முயற்சி . இன்று இந்த இரு நிறுவனங்களுடைய வெற்றிக்கு நஷ்டத்தையும் பாராத அவர்களின் தொலைநோக்கு குறியே காரணம் என்றால் மிகையாகாது . அத்துடன் , முன்னே சொன்னது போல , மறையீடு மென்பொருள் வளர்ச்சியும் உதவியது . இணைத்தளங்கள் விசா / மாஸ்டருடன் வேலை செய்ய ஒரு நுழைவி மென்பொருள் அமைப்பை (software

gateway) உருவாக்கினார்கள் . இதனால் , மறையீடாக இணையதளத்துடன் முதலில் தொடர்பு (encrypted internet connection) , பிறகு , விசா / மாஸ்டரின் தனியார் வலையமைப்புடன் உரையாடல் – இரண்டும் உருவாக்கப்பட்டது .

அமேஸானில் புத்தகம் வாங்குவதன் பின் இத்தனை தொழில்நுட்பமா என்று தோன்றலாம் . உண்மை என்னவென்றால் , பணம் என்பது எலக்ட்ரான்களாக மாறும்போது , அதைப் பாதுகாக்க இத்தனை சிக்கலான வழிமுறைகள் தேவைப்படுகின்றன . இன்று நிதித் துறையின் வெற்றிக்குக் காரணம் , அவர்கள் இத்தனை சிக்கல்களையும் சாதாரண நுகர்வோரிடமிருந்து வெற்றிகரமாக மறைத்து வைத்திருப்பதுதான் என்பது என் கருத்து .

இந்த முறைகளை வைத்துக் கொண்டு , வீட்டிலிருந்தபடியே கணினி / மின்னணு சாதனங்கள் , வீட்டுச் சாமான்கள் என்று தொடங்கி எதை வேண்டுமானாலும் வாங்கலாம் . இன்று , மேற்கத்திய நாடுகளில் இணைதளம் மூலம் வியாபாரம் செய்யும் வசதி இல்லாவிட்டால் , கடையை இழுத்து மூட வேண்டியதுதான் . அமெரிக்காவில் நவம்பர் மாதத்தில் ஒரு வெள்ளியன்று தள்ளுபடி விற்பனை திருவிழா போல வருடம்தோறும் நாடெங்கும் நடைபெறும் . இதை கருப்பு வெள்ளி (black Friday) என்கிறார்கள் . சமீப காலமாக , வெள்ளியுடன் கருப்பு திங்களும் (black Monday) உண்டு . திங்களன்று இணையம் மூலம் மட்டுமே தள்ளுபடி விற்பனை . சில்லரை வியாபாரிகள் கருப்பு திங்கள் வியாபாரம் வளர்ந்து வருவதை கவனித்து வருகிறார்கள் . அடித்து பிடித்துக் கொண்டு வரிசையில் குளிரில் அல்லல்படுவதைவிட க்ளிக்கினால் அடுத்த வாரம் குறைந்த விலையில் ஆசைப்பட்ட பொருளை வாங்கி விடலாம் .

ஐடியூன்ஸ் என்பது ஆப்பிள் நிறுவனத்தின் இணைதளம் . இங்கு பாடல்கள் , விடியோக்கள் , புதிய நிரல்கள் என்று பலவற்றை வாங்கலாம் . இதுவரை இந்த இணைதளத்திலிருந்து (ஜனவரி 2011) 1 பில்லியன் தரவிறக்கங்கள் நடந்து முடிந்துள்ளன .

இவற்றில் ஒரு 200 மில்லியன் இலவச பாட்காஸ்டுகள் என்று வைத்துக் கொண்டால் கூட மற்ற 800 மில்லியன் தரவிறக்கங்கள் பணம் கைமாறிய பரிமாற்றங்கள் . ஐடியூன்ஸ் கணக்கு திறந்தவுடன் உங்களுடைய கிரெடிட் கார்டு விஷயங்கள் பதிவு செய்ய வேண்டும் . கேட்டு , பார்த்து , பிடித்தவற்றை வாங்க மிகவும் எளிதாக்கிவிட்டார்கள் ஆப்பிள்காரர்கள் . பல இணைதளங்கள் வந்தும் இன்றும் ஆப்பிளுக்கு அதிகம் வியாபாரம் நடக்க இதுவே காரணம் . அழகாக விற்கும் கலைஞரையும் / கம்பெனியையும் நுகர்வோரையும் கஷ்டமின்றி இணைக்கிறது ஆப்பிள் . ஒவ்வொரு பரிமாற்றத்திலும் ஆப்பிள் காசு பண்ணுகிறது . ஐடியூன்ஸுடன் சண்டை போடுவதற்கு பதில் அதையே உபயோகித்து பல புதிய சேவைகளும் வரத் தொடங்கி விட்டன . அவற்றை இனி பார்க்கலாம் .

27

புதிய இணைய முறைகள்

இணையத்தின் மூலம் புதிய சேவைகளை உருவாக்குவதற்கு என்ன வாய்ப்பு ? ஏன் தேவைப்படுகிறது ? இந்த புதிய சேவைக்காரர்கள் இன்றுள்ள இணைய நிதி பரிமாற்றத்தில் இன்னும் கொஞ்சம் உராய்வு (friction) இருக்கிறது என்று கருதுகிறார்கள் . முழுவதும் அந்த உராய்வை அவர்களது சேவைகள் நீக்கிவிடும் என்பது இவர்களது வாதம் . இந்த உராய்வு விஷயம் உங்கள் கண்ணோட்டத்தைப் பொருத்தது .

பேபால் (www.paypal.com) என்ற அமைப்பு , ஈ . பே . தொடங்கிய காலத்திலிருந்து அந்த இணைத்தளம் மூலம் நடக்கும் வியாபாரத்திற்கு நிதி பரிவர்த்தனைகளுக்கு உதவி வந்தது . இன்று பேபால் ஈ . பே . - யின் ஒரு அங்கம் . பேபால் என்பது வங்கி , கார்டுகள் போன்ற ஒரு அமைப்பு . வங்கிகள் , கார்டுகளுடன் சரளமாக உரையாடும் ஒரு இணைய சேவை . முதலில் அங்கு உங்களுக்கு ஒரு கணக்கு வேண்டும் . கணக்குடன் உங்கள் கிரெடிட் கார்டு மற்றும் உங்கள் வங்கி கணக்கை இணைத்துவிடலாம் . பணம் வெளியே போகும் போது கிரெடிட் கார்டு வழியாக செல்லும் . உள்ளே வரும்போது வங்கிக் கணக்கில் சேர்ந்துவிடும் . ஒவ்வொரு பரிமாற்றத்திற்கும் பேபால் நிறுவனத்திற்கு இவ்வளவு என்று ஏற்பாடு . ஈபே மற்றும் அமேஸானில் வாங்கல் விற்றலுக்கு பேபால் இருந்தால் மிகவும் சௌகரியம் . உலகில் விற்பவர் , வாங்குபவர் எங்கிருந்தாலும் பேபால் மற்ற விஷயங்களைப் பார்த்துக் கொள்ளும் .

கன்னியாகுமரியிலிருந்து ஈ . பே . - யில் ஸ்டாக்ஹோம்மில் ஒருவருக்கு இப்படி முத்து விற்கலாம் . பேபால் , ஸ்டாக்ஹோம்காரரின் கிரெடிட் கார்டையும் , உங்கள் ஸ்டேட் பாங்க் கணக்கையும் இணைக்கும் வேலையைப் பார்த்துக் கொள்ளும் . நீங்கள் கேட்பது ஒரு முத்துக்கு 24 டாலர்களாக இருக்கலாம் . ஸ்டாக்ஹோம் காரரின் யூரோ கார்டிலிருந்து உங்கள் ஸ்டேட் பாங்க் ரூபாய் கணக்கிற்கு பணம் எப்படி மாறி வநத்து என்று நீங்கள் கவலைப்பட வேண்டாம் . அந்த கவலை நீக்கத்திற்கு (= உராய்வு) பேபால் கொஞ்சம் டாலர்கள் இருவரிடமும் கழித்துக் கொள்ளும் . ஃபெடெக்ஸ் (FedEx) முத்தை ஸ்டாக்ஹோம்முக்குக் கொண்டு சேர்த்துவிடும் .

சற்று யோசித்துப் பாருங்கள் . எங்கோ வசிக்கும் ஒருவர் இணையத்தில் ஒரு விளம்பரத்தைப் பார்த்து , விற்பவரிடம் மின்னஞ்சல் மூலம் தொடர்பு கொண்டு , பொருள் பிடித்துப் போய் வாங்க ஆசைப்படுகிறார் . சில கிளிக்குகள் மூலம் ஃபெட்டெக்ஸ் மற்றும் பேபால் இந்த நிதி / பொருள் பரிவர்த்தனையை முடித்துத் தருகின்றது . 20 வருடங்களுக்கு முன் இதற்கு எத்தனை காகிதங்கள் , எத்தனை வங்கி விஜயம் , எத்தனை நேர விரயம் ! இதையே உராய்வாய் பார்க்கிறார்கள் புதிய சேவைக்காரர்கள் . வாங்குவோரிடம் பணமிருந்தால் , விற்பவருக்கு இஷ்டமிருந்தால் பரிவர்த்தனை எவ்வளவு எளிதாக முடியுமோ அவ்வளவு எளிதாக்கும் முயற்சி இந்த சேவைகள் .

பேபால் காரர்கள் 1998 ல் தங்களது சேவையோடு இணைந்து வேலை செய்ய மற்ற சேவைக்காரர்களுக்கு இடைமுக வரையரைகளை (Application Programming Interface Specifications) வெளியிட்டார்கள் . இதனால் , மேலும் பலவகை புதிய சேவைகள் வரத் தொடங்கிவிட்டன . இந்தத் தருணத்தில் , சற்று நிதானமாக சிந்திக்க வேண்டும் . அடிப்படை சேவைகள் வங்கியும் கிரெடிட் கார்டும் . அதனை அடிப்படையாக கொண்ட சேவை பேபால் போன்ற சேவை . நாம் அடுத்து பார்க்கப் போவது பேபாலை அடிப்படையாக கொண்ட சேவை ! பிக்பாக்கெட் காரர்கள் பாடு ரொம்ப திண்டாட்டம்தான் போங்கள் .

இன்றைய இளைஞர்களுக்கு இவ்வகை பரிவர்த்தனைகள் செய்யக்கூட பொறுமை இல்லையாம் . ஆனால் , டிவிட்டர் போன்ற சமூக வலையமைப்பு இணைதளங்களில் மேய பொறுமையுள்ளதாம் . டிவிட்டர் , அதிகம் பொறுமையாக எழுத ஆசையில்லாதவர்களின் உலகம் . இங்கு பல பொருட்கள் வாங்கி விற்கவும் செய்கிறார்களாம் . http://twitpay.com/ என்ற அமைப்பு டிவிட்டர் மூலமாகவே கொடுக்கல் வாங்கல்களை நிறைவு செய்ய வழி செய்கிறது . பேபால் சேவையை அடிப்படையாக கொண்ட சேவை இது .

அடுத்தபடியாக , இளைய சமூகத்தினருக்கு மிகவும் பிடித்த இன்னோரு விஷயம் , ஐஃபோன் . இதில் பல்வேறு உபயோகமான நிரல்கள் வந்து கொண்டே இருக்கின்றன . அடுத்த கட்டமாக முன்னே நாம் விளக்கிய transaction terminal எவ்வளவு சின்னதாகிவிட்டது பாருங்கள் . யார் வேண்டுமானாலும் merchant ஆகிவிடலாம் . மேலும் , இந்த புதிய சேவை , Itunes என்ற ஆப்பிள் நிறுவனத்தின் சேவையை உபயோகித்து வேலை செய்கிறது . Itunes கிரெடிட் கார்டு வலையமைப்பை அடிப்படையாக கொண்டு வேலை செய்கிறது . இந்த புதிய சேவையின் பெயர் Squareup (https://squareup.com/). இந்த சேவையை விளக்கும் வீடியோ இங்கே :

http://www.youtube.com/watch?

v = QSzsFAJAKHI&feature = player_embedded
http://www.youtube.com/watch?
v = 3BP5ax1qs5o&feature = player_embedded

இதை ஜப்பானிய நிறுவனம் ஒன்று இன்னும் ஒரு படி மேலே எடுத்தச் செல்ல முயற்சி செய்து வருகிறது . http:// shopsavvy.mobi/ என்ற இணைதளம் , கடைக்குச் சென்று பட்டைக் குறியீடு ஒன்றை ஐஃபோனில் வருடினால் , அதன் குறைந்த விலை இணையத்தில் எங்கே என்று தேடிச் சொல்லிவிடுகிறது . பிடித்திருந்தால் , ஐஃபோனின் மூலமாகவே பொருளை வாங்கி விடலாம் . இந்த நிறுவனமும் பேபால் சேவையை அடிப்படையாக கொண்டது . இன்னும் கொஞ்சம் உராய்வு குறைவு !

28

செல்பேசி நிதி முறைகள்

செல்பேசி நிதி முறைகள் வளர்ந்த நாடுகளிலிருந்து வரவில்லை . அதிகம் வளர்ச்சியே அடையாத ஆப்பிரிக்க நாடுகளிலிருந்து தொடங்கிய புரட்சி இது . வேறு எந்த வசதியும் இல்லாத்தால் , செல்பேசி அமைப்பைப் பயன்படுத்தி நிதி விஷயங்களை கவனிக்கிறார்கள் ஆப்பிரிக்க மக்கள் .

http://www.youtube.com/watch?v=ewJ-lpvWDEU

http://www.youtube.com/watch?v=jWi9hP725l8

செல்பேசி வழியாக நிதி பரிவர்த்தனைகள் எப்படி நடக்கின்றது என்பதை விடியோ விளக்குகிறது . 15 மில்லியன் நுகர்வோர் கொண்ட இந்த சேவை , ஆப்பிரிக்காவில் மிகவும் பிரபலமாகி உள்ளது . நாட்டுக்குள் மற்றும் பன்னாட்டு நிதி சேவைகள் பெருகி வருகின்றன . இது இந்தியாவுக்கு மிகவும் முக்கிய தொழில்நுட்பம் . உலகில் , சைனாவுக்கு அடுத்தபடியாக அதிக செல்பேசிகள் உள்ள நாடு இந்தியா . இதைப் போன்ற சேவைகள் இந்தியாவில் வேலை செய்ய வாய்ப்புகள் அதிகம் . இந்தியாவைப் போல ஆப்பிரிக்காவிலும் முன்னே பணம் கட்டி (prepaid subscribers) செல்பேசியை உபயோகிப்போர் அதிகம் . அத்துடன் , கிரெடிட் / டெபிட் கார்டுகள் ஓரளவிற்கு நிதி ஸ்திரத்தன்மையுடையவர்களுக்கே சரிப்பட்டு வரும் நிதி கருவிகள் . இந்தியா போன்ற நாடுகளில் வங்கி கணக்கில்லாதவர்கள் பல கோடி பேர்கள் . இடைத்தரகர்களிடம் சிக்கி , சரியான நிதி பரிமாற்ற சேவை இல்லாது தவிப்போர் ஏராளம் . கென்யாவில் உள்ளது போன்ற செல்பேசி நிதிமாற்று வசதிகள் இந்தியாவிலும் குறைந்த கட்டணத்திற்கு வந்தால் உதவியாக இருக்கும் என்பது என் கருத்து .

இதே ஐடியாவை ஓபோபே என்ற நிறுவனம் வட அமெரிக்காவுக்கு கொண்டு வந்துள்ளது . இன்னும் சூடு பிடிக்காவிட்டாலும் , வளர வாய்புள்ளது போலத் தோன்றுகிறது .

https://www.obopay.com/corporate/en_US/aboutUs.shtml

மேலே உள்ள சுட்டியில் விடியோக்கள் செல்பேசி நிதி பரிமாற்றத்தை விளக்குகிறது . உதாரணத்திற்கு 5 நண்பர்கள் உணவு உண்ண ஓட்டலுக்கு செல்லுகிறார்கள் என்று வைத்துக் கொள்வோம் . 1,000 ரூபாய் பில் வருகிறது என்று வைத்துக் கொள்வோம் . ஐவரும் ஓபோபேயில் பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளார்கள் என்றும் வைத்துக் கொள்வோம் . ஒருவர் தன்னுடைய டெபிட் கார்டு மூலம் 1,000 ரூபாயை ஓட்டலுக்கு கட்டி விடுகிறார் . மற்ற நான்கு பேரும் தலா 200 ரூபாய் டெபிட் கார்டு ஆசாமிக்குக் கொடுக்க வேண்டும் . செல்பேசி மூலம் தங்களுடைய ரகசிய எண்ணை (PIN) உபயோகித்து ஓபோபே மூலம் உடனே அவருக்குப் பணம் மாற்றம் செய்யலாம் . அப்புறம் தருகிற சாக்குக்கு இடமே இல்லை . செல்பேசி தொலைந்து போனாலும் ரகசிய எண் உங்களுக்குத்தானே தெரியும் . திருடனால்

பணமெடுக்க முடியாது .

இந்திய ஓபோபே வீடியோ இதோ

http://www.youtube.com/watch?v=YlJFPLObCUc

29

பணமற்ற எதிர்காலமா அல்லது எதிர்காலமற்ற பணமா? – இறுதிப் பகுதி

புதிய முறைகள் உயர்ந்தவையா ?

இவ்வகை சேவைகளில் பிரசனைகள் இல்லாமல் இல்லை . முதலில் , கிரெடிட் கார்டுகள் எல்லாம் ஒன்றல்ல , அதில் பல வகைகள் உள்ளன . அவர்களின் வட்டிகள் ஏராளமானவை . அவை கணக்கிடப்படும் விதமும் சீரானது அல்ல . ஒரு முறை உங்கள் கிரெடிட் கார்டு பாக்கியை கட்டாமல் விட்டவர்களுக்குத் தெரியும் – எப்படி எல்லாம் வட்டி வசூலிக்கிறார்கள் என்று . சில கார்டுகள் கெடு நாளிலிருந்து வட்டி கணக்கிடுவார்கள் . சில கார்டுகள் பரிவர்த்தனை தேதியிலிருந்து வட்டி கணக்கிடுவார்கள் . 18% முதல் 80% வரை வட்டியுள்ள கிரெடிட் கார்டுகள் உள்ளன . விசா மற்றும் மாஸ்டர் 2% முதல் 3% வரை பரிவர்த்தனைக் கட்டணம் வசூலிக்கிறார்கள் . உராய்வை குறைப்பது இலவசம் அல்ல !

க்ரெடிட் கார்டுகள் கண்டதுக்கெல்லாம் கட்டணம் வசூலித்து வந்தார்கள் . ஆரம்பத்தில் இதற்கு அவர்கள் சொன்ன காரணம் , உயர்தர பாதுகாப்பான வலையமைப்பு செலவுகளை மீட்பதற்கே என்பது . இன்று வலையமைப்பு செலவு குறைந்து கொண்டே வருகிறது . கிரெடிட் கார்டு கம்பெனிகள் , இடை கம்பெனிகளான processors எல்லோரும் இணைய புரட்சியால் முன்னைப் போல கட்டணம் வசூலிக்க முடியாது என்பதை உணரத் தொடங்கியுள்ளார்கள் .

எந்த ஒரு புதிய சேவை வந்தாலும் , சில அடிப்படை முக்கிய கேள்விகளை நாம் கேட்க வேண்டும் . இதை என் அனுபவத்தில் , முக்கிய 3 வங்கி கேள்விகளாக சொல்லியிருந்தேன் .

1. முதலில் , சேவையின் நம்பகத் தன்மை (service reliability) ரொம்ப முக்கியம் .

2. இரண்டாவது , வாடிக்கையாளர்களின் நிதி அந்தரங்கம் (consumer financial privacy).

3. மூன்றாவது , சேவையின் துல்லியம் (Transactional accuracy).

இதில் , இன்று பரிவர்த்தனை துல்லியம் முக்கியமில்லாமல் போய்விட்டது . பரிவத்தனைக் கட்டணம் (transactional fees) மிக முக்கியமாகிவிட்டது . எந்த ஒரு புதிய சேவையும் இலவசமில்லை . சௌகரியத்திற்கு விலை என்ன என்று பார்ப்பது முக்கியம் . அவரசரப்பட்டு , சௌகரியமாக இருக்கிறது என்று புதிய சேவைகளுக்கு மாறத் துடிக்காதீர்கள் . தீர விசாரிப்பது அவசியம் . ஏனென்றால் , இதில் உங்களது பண விஷயம் சம்மந்தப்பட்டது . இளைய சமூகத்தினர் , சமூக வலையமைப்பு நிதி சேவைகளை சந்தேகத்துடன் அணுகுவது உத்தமம் . முக்கியமாக உங்களது நிதி அந்தரங்கம் பற்றி முழுவதும் நம்பிக்கை இல்லையேல் அந்த சேவையை உபயோகிக்காதீர்கள் . மேலும் , ஒரு பரிவத்தனைக்கு எத்தனைக் கட்டணம் என்று தீர விசாரியுங்கள் .

அடுத்தபடியாக கரண்சி என்ற விஷயத்துக்கே இடமில்லாதபடி ஆக்கும் சில முயற்சிகளை ஆராய்வோம் .

30

புதிய கரண்சிகள்?

விமானப் புள்ளி கார்டுகள் பற்றி விவாதிக்கும் போது , எப்படி விமானக் கார்டு புள்ளிகளை உபயோகிக்காலாம் என்று பார்த்தோம் . ஒரு விதத்தில் எல்லா விசுவாசக் கார்டுகளும் பணத்தை வேறு வடிவத்தில் கணக்கிட்டு சாதாரணப் பணத்திற்கு பதிலாக உபயோகிக்கும் வழிகளை சாத்தியமாக்கும் முயற்சிகள் . இதை சற்று வேறு விதமாக யோசித்தால் , இது ஒரு மாற்று கரண்சி முயற்சி . இன்று இம்முயற்சிகள் பலவாறு வளர்ந்து , பல உருவங்கள் எடுக்கத் தொடங்கிவிட்டன .

இவற்றை அலசுமுன் சற்று சாதாரணப் பணத்தைப் பற்றிச் சிந்திப்போம் . காகிதப் பணம் ஒரு நாட்டின் அரசாங்கத்தின் மூலம் அச்சடிக்கப்பட்டு , அதன் மதிப்பு உத்தரவாதப் படுத்தப்படுகிறது . இன்னொரு விஷயம் – நாட்டின் எந்த பகுதியிலும் , எந்த வணிக அமைப்பிலும் , எந்த சேவையையும் பெற காகிதப் பணம் உதவுகிறது . ஒரு தனி நபர் மற்றும் அமைப்பின் பொருளாதார நிலையை பிரதிபலிக்கும் அளவுகோலாக காகித பணம் உபயோகப் படுகிறது . உத்தரப் பிரதேசத்திலும் , கேரளாவிலும் 100 ரூபாய்க்கு மதிப்பு ஒன்றுதான் . அதே போல , காகிதப் பணத்தைக் கொண்டு அரிசியும் வாங்கலாம் , அதை சமைக்க குக்கரும் வாங்கலாம் . எல்லாவற்றையும்விட முக்கியம் , காகிதப் பணத்தின் எளிமை . ஒருவர் 100 ரூபாயை இன்னொருவருக்கு கொடுத்தால் , வாங்கியவரின் சொந்தமாகிறது அப்பணம் . ஒருவர் கிரெடிட் கார்டை இன்னொருவருக்கு கொடுத்தால் , வாங்கியவரின் கார்டாவதில்லை . எந்த புதிய வகை கரண்சி அமைப்பும் இந்த முக்கிய விஷயங்களை சீரியஸாக கொண்டால்தான் வெற்றிபெற முடியும் . அதாவது :

1. மதிப்பு உத்தரவாதம் (value guarantee)

2. உபயோகத்தன்மை உத்தரவாதம் (usage guarantee)

3. பூகோள உத்தரவாதம் (geographic guarantee)

4. மாற்று உத்தரவாதம் (exchange guarantee)

பணத்தைப் போல மிகவும் உபயோகமான இன்னொரு விஷயம் பயணிகள் செக் (travelers cheques). பத்திரமாக பயணம் செய்வோர் எடுத்துச் செல்லலாம் . தேவையான பொழுது கையெழுத்திட்டு கரண்சியாக மாற்றிக் கொள்ளலாம் . இது பல வருடங்களாக இருக்கும் அமைப்பு . மதிப்பு உத்தரவாதம் இருந்தாலும் , பூகோள உத்தரவாதம் இருந்தாலும் , உபயோக உத்தரவாதம் கிடையாது . எங்கு வேண்டுமானாலும் பயணிகள் செக்கை உபயோகிக்க முடியாது . ஹோட்டல் ஒன்றிற்கு சென்று சாப்பாட்டுக்கு பயணிகள் செக்கை உபயோகிக்க முடியாது . ஆனால் , பத்திரத்துக்காக ஏராளமான கட்டணம் வசூலிக்கிறார்கள் .

ஸ்மார்ட் வவுசர் (http://www.smartvoucher.com/uk/home.aspx) என்பது இங்கிலாந்தில் RBS பின்னணியுடன் தொடங்கப்பட்டுள்ள ஒரு சேவை . இந்த சேவையின் விசேஷம் என்னவென்றால் , நுகர்வோருக்கு எந்த முறை பிடிக்கிறதோ அந்த முறையைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம் . அதாவது , உங்களுக்குக் காகித்தில்

அச்சடிக்கப்பட்ட வவுசர் வேண்டுமானாலும் , ப்ளாஸ்டிக் கார்டாக இருந்தாலும் சரி . இதை பல சில்லரை வியாபாரிகள் மூலமாக அவர்களது பெயரிட்ட கார்டாகவும் வாங்கிக் கொள்ளலாம் . ஒரு சில்லரை வியாபாரத்திடம் வாங்கியதால் அந்த வியாபாரத்தில்தான் செலவு செய்ய வேண்டும் என்று நிர்பந்தப்படுத்துவதில்லை . எங்கு வேண்டுமானாலும் உபயோகிக்கலாம் . இதில் பணமாற்று சேவை தொடங்கவில்லை . பன்னாட்டு பணமாற்ற சேவை இவர்களது குறிக்கோள் . தற்போதைக்கு உள்நாட்டில் விற்று வெற்றிபெற முயற்சித்து வருகிறார்கள் . இவர்களது சேவை முறையில் மிக முக்கியமானது : 19 இலக்கம் கொண்ட எண் . எவ்வளவு பணம் கைமாற வேண்டும் மற்றும் அந்த 19 இலக்கம் சரியாக இருந்தால் , இதை SMS வழியாக , நேராக , இணையம் வழியாக எப்படி வேண்டுமானாலும் உபயோகிக்கலாம் . ஓரளவிற்கு முதல் மூன்று உத்தரவாதங்களும் இருந்தாலும் , இந்த அமைப்பில் மாற்று உத்தரவாதம் இல்லைதான் .

மேலே சொன்ன இரு முறைகளும் மாற்று கரண்சி என்று அடித்துச் சொல்ல முடியாது . எல்லாவற்றுக்கும் பின்னால் அரசாங்க கரண்சி மறைந்துள்ளது உண்மை . பல மின்னணு கரண்ஸி கம்பெனிகள் திவாலாகிவிட்டன – beenz, flooz, e-gold மற்றும் Idollars போன்றவை எங்கு மறைந்தன என்று தெரியவில்லை .

31

பணத்தின் எதிர்காலம்?

இணையம் வளர வளர புதிய வழிகளில் வியாபாரம் செழிக்க முயற்சிகள் வந்தவண்ணம் இருக்கின்றன . இன்று பரவலாக மக்கள் , இணைய வங்கி , கார்டுகள் மற்றும் விசுவாச கார்டுகளை பயன்படுத்துகிறார்கள் . புதிய இணைய பணம் செலுத்தும் / பெறும் முறைகள் (பேபால் , ஓபோபே) போன்ற அமைப்புகள் வளரத் தொடங்கிவிட்டன . பேபால் உட்பட பல அமைப்புகளும் தங்களுடைய முறைகளை புதிய கரண்சிகளாக விளம்பரப் படுத்துகின்றன . ஆனால் , அரசாங்க கரண்சிக்கு இணையாக எதுவும் இதுவரை பிரகாசிக்கவில்லை . என் பார்வையில் , எதிர்காலத்தில் (இன்னும் 10 ஆண்டுகளில்) பல புதிய கரண்சி முயற்சிகள் நம் முன்வைக்கப்படும் . இவை வெற்றி பெறுமா என்று சொல்வது கடினம் . ஆனால் , இன்றைய இணைய நிதி முறைகள் பரிமாற்ற உரசல்களை கட்டணத்தைப் பொறுத்து குறைக்கச் செய்கின்றன என்பது பொதுவான முன்னேற்றம் . எந்த அளவுக்கு நுகர்வோரின் நிதி அந்தரங்கத்தை இவை பாதுகாக்கின்றன என்பது கேள்விக்குறிதான் . வளரும் நாடுகளில் செல்பேசி பணமாற்ற முறைகள் இன்னும் பிரபலமடையும் வாய்ப்புகள் உள்ளன . இந்த இணைய மாற்றங்களால் , வங்கிகள் முன்போல இல்லாமல் , நுகர்வோருக்கு ஒழுங்காக சேவை செய்யும் அழுத்தத்திற்கு உள்ளாகியுள்ளன . சேவை சரியில்லையென்றால் , ஒரு கிளிக்கில் நுகர்வோர் இன்னொரு வங்கிக்குத் தாவிவிடலாம் .

எந்த ஒரு புதிய சேவையை நீங்கள் தழுவும் முன்னர் நீங்கள் மனதில் கொள்ள வேண்டியவை :

1. எந்த அளவுக்கு உங்கள் நிதி அந்தரங்கம் பாதுகாக்கப்படுகிறது ?

2. எந்த வகை மறை கட்டணங்கள் (hidden charges) வசூலிக்கப்படும் ?

3. சேவையின் நம்பகத்தன்மை மற்றும் சௌகரியம் தற்போதய சேவையைவிட சிறந்ததா ?

4. உங்களது சொந்த நிதி தேவைகளை எப்படி பூர்த்தி செய்கின்றன ?

5. 365 x 24 மணி நேரமும் சேவை உண்டா ?

இவற்றைத் தவிர , புதிய சேவைகள் மிகவும் எளிதாக இருக்க வேண்டும் .

1

முடிவுரை

வங்கிகளில் வரிசையில் தவித்து நேரத்தை வீணாக்கிய காலம் இணைய வசதிகள் மூலம் மிகவும் மாறிவிட்டது . இந்திய சூழலில் , அஞ்சலகங்கள் முதியோருக்கு இம்முறைகளை கொண்டு வந்தால் அவர்களது அலைச்சலைக் குறைக்கலாம் . புதிய ஊடகங்களில் , புதிய நிதி முறைகள் இணையத்தை உபயோகித்து வந்தவண்ணம் இருக்கின்றன . எந்த ஒரு முறையும் எல்லோருக்கும் பொருந்துவதில்லை . ஆனால் , புதிய முறைகளைப் பற்றிய பொது அறிவு மிகவும் அவசியமாகிவிட்டது . அணைவருக்கும் பண விஷயங்கள் தேவையாக இருப்பதால் , இவற்றைப் பற்றி அறிதல் அவசியமாகி விட்டது . வெறும் சௌகரியத்தை மட்டும் பார்க்காமல் , சில முக்கிய கேள்விகளை முடிவெடுக்குமுன் இதைப் படிக்கும் சிலராவது கேட்டால் நல்லது .

2

Free Tamil Ebooks – எங்களைப் பற்றி

மின்புத்தகங்களைப் படிக்க உதவும் கருவிகள்:

மின்புத்தகங்களைப் படிப்பதற்கென்றே கையிலேயே வைத்துக் கொள்ளக்கூடிய பல கருவிகள் தற்போது சந்தையில் வந்துவிட்டன. Kindle, Nook, Android Tablets போன்றவை இவற்றில் பெரும்பங்கு வகிக்கின்றன. இத்தகைய கருவிகளின் மதிப்பு தற்போது 4000 முதல் 6000 ரூபாய் வரை குறைந்துள்ளன. எனவே பெரும்பான்மையான மக்கள் தற்போது இதனை வாங்கி வருகின்றனர்.

ஆங்கிலத்திலுள்ள மின்புத்தகங்கள்:

ஆங்கிலத்தில் லட்சக்கணக்கான மின்புத்தகங்கள் தற்போது கிடைக்கப் பெறுகின்றன. அவை PDF, EPUB, MOBI, AZW3. போன்ற வடிவங்களில் இருப்பதால், அவற்றை மேற்கூறிய கருவிகளைக் கொண்டு நாம் படித்துவிடலாம்.

தமிழிலுள்ள மின்புத்தகங்கள்:

தமிழில் சமீபத்திய புத்தகங்களெல்லாம் நமக்கு மின்புத்தகங்களாக கிடைக்கப்பெறுவதில்லை. ProjectMadurai.com எனும் குழு தமிழில் மின்புத்தகங்களை வெளியிடுவதற்கான ஓர் உன்னத சேவையில் ஈடுபட்டுள்ளது. இந்தக் குழு இதுவரை வழங்கியுள்ள தமிழ் மின்புத்தகங்கள் அனைத்தும் PublicDomain-ல் உள்ளன. ஆனால் இவை மிகவும் பழைய புத்தகங்கள்.

சமீபத்திய புத்தகங்கள் ஏதும் இங்கு கிடைக்கப்பெறுவதில்லை.

எனவே ஒரு தமிழ் வாசகர் மேற்கூறிய “மின்புத்தகங்களைப் படிக்க உதவும் கருவிகளை” வாங்கும்போது, அவரால் எந்த ஒரு தமிழ் புத்தகத்தையும் இலவசமாகப் பெற முடியாது.

சமீபத்திய புத்தகங்களை தமிழில் பெறுவது எப்படி?

சமீபகாலமாக பல்வேறு எழுத்தாளர்களும், பதிவர்களும், சமீபத்திய நிகழ்வுகளைப் பற்றிய விவரங்களைத் தமிழில் எழுதத் தொடங்கியுள்ளனர். அவை இலக்கியம், விளையாட்டு, கலாச்சாரம், உணவு, சினிமா, அரசியல், புகைப்படக்கலை, வணிகம் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்பம் போன்ற பல்வேறு தலைப்புகளின் கீழ் அமைகின்றன.

நாம் அவற்றையெல்லாம் ஒன்றாகச் சேர்த்து தமிழ் மின்புத்தகங்களை உருவாக்க உள்ளோம்.

அவ்வாறு உருவாக்கப்பட்ட மின்புத்தகங்கள் Creative Commons எனும் உரிமத்தின் கீழ் வெளியிடப்படும். இவ்வாறு வெளியிடுவதன் மூலம் அந்தப் புத்தகத்தை எழுதிய மூல ஆசிரியருக்கான உரிமைகள் சட்டரீதியாகப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன. அதே நேரத்தில் அந்த மின்புத்தகங்களை யார் வேண்டுமானாலும், யாருக்கு வேண்டுமானாலும், இலவசமாக வழங்கலாம்.

எனவே தமிழ் படிக்கும் வாசகர்கள் ஆயிரக்கணக்கில் சமீபத்திய தமிழ் மின்புத்தகங்களை இலவசமாகவே பெற்றுக் கொள்ள முடியும்.

தமிழிலிருக்கும் எந்த வலைப்பதிவிலிருந்து வேண்டுமானாலும் பதிவுகளை எடுக்கலாமா?

கூடாது.

ஒவ்வொரு வலைப்பதிவும் அதற்கென்றே ஒருசில அனுமதிகளைப் பெற்றிருக்கும். ஒரு வலைப்பதிவின் ஆசிரியர் அவரது பதிப்புகளை “யார் வேண்டுமானாலும் பயன்படுத்தலாம்” என்று குறிப்பிட்டிருந்தால் மட்டுமே அதனை நாம் பயன்படுத்த முடியும்.

அதாவது “Creative Commons” எனும் உரிமத்தின் கீழ் வரும் பதிப்புகளை மட்டுமே நாம் பயன்படுத்த முடியும்.

அப்படி இல்லாமல் “All Rights Reserved” எனும் உரிமத்தின் கீழ் இருக்கும் பதிப்புகளை நம்மால் பயன்படுத்த முடியாது.

வேண்டுமானால் “All Rights Reserved” என்று விளங்கும் வலைப்பதிவுகளைக் கொண்டிருக்கும் ஆசிரியருக்கு அவரது பதிப்புகளை “Creative Commons” உரிமத்தின் கீழ் வெளியிடக்கோரி நாம் நமது வேண்டுகோளைத் தெரிவிக்கலாம். மேலும் அவரது படைப்புகள் அனைத்தும் அவருடைய பெயரின் கீழே தான் வெளியிடப்படும் எனும் உறுதியையும் நாம் அளிக்க வேண்டும்.

பொதுவாக புதுப்புது பதிவுகளை உருவாக்குவோருக்கு அவர்களது பதிவுகள் நிறைய வாசகர்களைச் சென்றடைய வேண்டும் என்ற எண்ணம் இருக்கும். நாம் அவர்களது படைப்புகளை எடுத்து இலவச மின்புத்தகங்களாக வழங்குவதற்கு நமக்கு அவர்கள் அனுமதியளித்தால், உண்மையாகவே அவர்களது படைப்புகள் பெரும்பான்மையான மக்களைச் சென்றடையும். வாசகர்களுக்கும் நிறைய புத்தகங்கள் படிப்பதற்குக் கிடைக்கும்

வாசகர்கள் ஆசிரியர்களின் வலைப்பதிவு முகவரிகளில் கூட அவர்களுடைய படைப்புகளை தேடிக் கண்டுபிடித்து படிக்கலாம். ஆனால் நாங்கள் வாசகர்களின் சிரமத்தைக் குறைக்கும் வண்ணம் ஆசிரியர்களின் சிதறிய வலைப்பதிவுகளை ஒன்றாக இணைத்து ஒரு முழு மின்புத்தகங்களாக உருவாக்கும் வேலையைச் செய்கிறோம். மேலும் அவ்வாறு உருவாக்கப்பட்ட புத்தகங்களை “மின்புத்தகங்களைப் படிக்க உதவும் கருவிகள்”-க்கு ஏற்ற வண்ணம் வடிவமைக்கும் வேலையையும் செய்கிறோம்.

FreeTamilEbooks.com

இந்த வலைத்தளத்தில்தான் பின்வரும் வடிவமைப்பில் மின்புத்தகங்கள் காணப்படும்.

PDF for desktop, PDF for 6” devices, EPUB, AZW3, ODT

இந்த வலைதளத்திலிருந்து யார் வேண்டுமானாலும் மின்புத்தகங்களை இலவசமாகப் பதிவிறக்கம்(download) செய்து கொள்ளலாம்.

அவ்வாறு பதிவிறக்கம்(download) செய்யப்பட்ட புத்தகங்களை யாருக்கு வேண்டுமானாலும் இலவசமாக வழங்கலாம்.

இதில் நீங்கள் பங்களிக்க விரும்புகிறீர்களா?

நீங்கள் செய்யவேண்டியதெல்லாம் தமிழில் எழுதப்பட்டிருக்கும் வலைப்பதிவுகளிலிருந்து பதிவுகளை
எடுத்து, அவற்றை LibreOffice/MS Office போன்ற wordprocessor-ல் போட்டு ஓர் எளிய மின்புத்தகமாக மாற்றி எங்களுக்கு அனுப்பவும்.

அவ்வளவுதான்!

மேலும் சில பங்களிப்புகள் பின்வருமாறு:
1.ஒருசில பதிவர்கள்/எழுத்தாளர்களுக்கு அவர்களது படைப்புகளை “Creative Commons” உரிமத்தின்கீழ் வெளியிடக்கோரி மின்னஞ்சல் அனுப்புதல்
2.தன்னார்வலர்களால் அனுப்பப்பட்ட மின்புத்தகங்களின் உரிமைகளையும் தரத்தையும் பரிசோதித்தல்
3.சோதனைகள் முடிந்து அனுமதி வழங்கப்பட்ட தரமான மின்புத்தகங்களை நமது வலைதளத்தில் பதிவேற்றம் செய்தல்

விருப்பமுள்ளவர்கள் freetamilebooksteam@gmail.com எனும் முகவரிக்கு மின்னஞ்சல் அனுப்பவும்.

இந்தத் திட்டத்தின் மூலம் பணம் சம்பாதிப்பவர்கள் யார்?

யாருமில்லை.

இந்த வலைத்தளம் முழுக்க முழுக்க தன்னார்வலர்களால் செயல்படுகின்ற ஒரு

வலைத்தளம் ஆகும். இதன் ஒரே நோக்கம் என்னவெனில் தமிழில் நிறைய மின்புத்தகங்களை உருவாக்குவதும், அவற்றை இலவசமாக பயனர்களுக்கு வழங்குவதுமே ஆகும்.

மேலும் இவ்வாறு உருவாக்கப்பட்ட மின்புத்தகங்கள், ebook reader ஏற்றுக்கொள்ளும் வடிவமைப்பில் அமையும்.

இத்திட்டத்தால் பதிப்புகளை எழுதிக்கொடுக்கும் ஆசிரியர்/பதிவருக்கு என்ன லாபம்?

ஆசிரியர்/பதிவர்கள் இத்திட்டத்தின் மூலம் எந்தவிதமான தொகையும் பெறப்போவதில்லை. ஏனெனில், அவர்கள் புதிதாக இதற்கென்று எந்தஒரு பதிவையும் எழுதித்தரப்போவதில்லை.

ஏற்கனவே அவர்கள் எழுதி வெளியிட்டிருக்கும் பதிவுகளை எடுத்துத்தான் நாம் மின்புத்தகமாக வெளியிடப்போகிறோம்.

அதாவது அவரவர்களின் வலைதளத்தில் இந்தப் பதிவுகள் அனைத்தும் இலவசமாகவே கிடைக்கப்பெற்றாலும், அவற்றையெல்லாம் ஒன்றாகத் தொகுத்து ebook reader போன்ற கருவிகளில் படிக்கும் விதத்தில் மாற்றித் தரும் வேலையை இந்தத் திட்டம் செய்கிறது.

தற்போது மக்கள் பெரிய அளவில் tablets மற்றும் ebook readers போன்ற கருவிகளை நாடிச் செல்வதால் அவர்களை நெருங்குவதற்கு இது ஒரு நல்ல வாய்ப்பாக அமையும்.

நகல் எடுப்பதை அனுமதிக்கும் வலைதளங்கள் ஏதேனும் தமிழில் உள்ளதா?

உள்ளது.

பின்வரும் தமிழில் உள்ள வலைதளங்கள் நகல் எடுப்பதினை அனுமதிக்கின்றன.

1. www.vinavu.com

2. www.badriseshadri.in

3. http://maattru.com

4. kaniyam.com

5. blog.ravidreams.net

எவ்வாறு ஓர் எழுத்தாளரிடம் Creative Commons உரிமத்தின் கீழ் அவரது படைப்புகளை வெளியிடுமாறு கூறுவது?

இதற்கு பின்வருமாறு ஒரு மின்னஞ்சலை அனுப்ப வேண்டும்.

<துவக்கம்>

உங்களது வலைத்தளம் அருமை [வலைதளத்தின் பெயர்].

தற்போது படிப்பதற்கு உபயோகப்படும் கருவிகளாக Mobiles மற்றும் பல்வேறு கையிருப்புக் கருவிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து வந்துள்ளது.

இந்நிலையில் நாங்கள் http://www.FreeTamilEbooks.com எனும் வலைதளத்தில், பல்வேறு தமிழ் மின்புத்தகங்களை வெவ்வேறு துறைகளின் கீழ் சேகரிப்பதற்கான ஒரு புதிய திட்டத்தில் ஈடுபட்டுள்ளோம்.

இங்கு சேகரிக்கப்படும் மின்புத்தகங்கள் பல்வேறு கணிணிக் கருவிகளான Desktop,ebook readers like kindl, nook, mobiles, tablets with android, iOS போன்றவற்றில் படிக்கும் வண்ணம் அமையும். அதாவது இத்தகைய கருவிகள் support செய்யும் odt, pdf, ebub, azw போன்ற வடிவமைப்பில் புத்தகங்கள் அமையும்.

இதற்காக நாங்கள் உங்களது வலைதளத்திலிருந்து பதிவுகளை
பெற விரும்புகிறோம். இதன் மூலம் உங்களது பதிவுகள் உலகளவில் இருக்கும் வாசகர்களின் கருவிகளை நேரடியாகச் சென்றடையும்.

எனவே உங்களது வலைதளத்திலிருந்து பதிவுகளை பிரதியெடுப்பதற்கும் அவற்றை மின்புத்தகங்களாக மாற்றுவதற்கும் உங்களது அனுமதியை வேண்டுகிறோம்.

இவ்வாறு உருவாக்கப்பட்ட மின்புத்தகங்களில் கண்டிப்பாக ஆசிரியராக உங்களின் பெயரும் மற்றும் உங்களது வலைதள முகவரியும் இடம்பெறும். மேலும் இவை “Creative Commons” உரிமத்தின் கீழ் மட்டும்தான் வெளியிடப்படும் எனும் உறுதியையும் அளிக்கிறோம்.

http://creativecommons.org/licenses/

நீங்கள் எங்களை பின்வரும் முகவரிகளில் தொடர்பு கொள்ளலாம்.

e-mail : freetamilebooksteam@gmail.com
FB : https://www.facebook.com/FreeTamilEbooks

G +: https://plus.google.com/communities/108817760492177970948

நன்றி.

3

உங்கள் படைப்புகளை வெளியிடலாமே

உங்கள் படைப்புகளை வெளியிடலாமே

உங்கள் படைப்புகளை மின்னூலாக வெளியிடலாம்.

1. எங்கள் திட்டம் பற்றி – http://freetamilebooks.com/about-the-project/

தமிழில் காணொளி – http://www.youtube.com/watch?v=Mu_OVA4qY8I

2. படைப்புகளை யாவரும் பகிரும் உரிமை தரும் கிரியேட்டிவ் காமன்ஸ் உரிமம் பற்றி –

http://www.wired.co.uk/news/archive/2011-12/13/creative-commons-101

https://learn.canvas.net/courses/4/wiki/creative-commons-licenses

உங்கள் விருப்பான கிரியேட்டிவ் காமன்ஸ் உரிமத்தை இங்கே தேர்ந்தெடுக்கலாம்.

http://creativecommons.org/choose/

3.

மேற்கண்டவற்றை பார்த்த / படித்த பின், உங்கள் படைப்புகளை மின்னூலாக மாற்ற
பின்வரும் தகவல்களை எங்களுக்கு அனுப்பவும்.

1. நூலின் பெயர்
2. நூல் அறிமுக உரை
3. நூல் ஆசிரியர் அறிமுக உரை
4. உங்கள் விருப்பான கிரியேட்டிவ் காமன்ஸ் உரிமம்
5. நூல் – text / html / LibreOffice odt/ MS office doc வடிவங்களில். அல்லது வலைப்பதிவு / இணைய தளங்களில் உள்ள கட்டுரைகளில் தொடுப்புகள் (url)

இவற்றை freetamilebooksteam@gmail.com க்கு மின்னஞ்சல் அனுப்பவும்.

விரைவில் மின்னூல் உருவாக்கி வெளியிடுவோம்.

நீங்களும் மின்னூல் உருவாக்கிட உதவலாம்.

மின்னூல் எப்படி உருவாக்குகிறோம்? –

தமிழில் காணொளி – https://www.youtube.com/watch?v=bXNBwGUDhRs

இதன் உரை வடிவம் ஆங்கிலத்தில் – http://bit.ly/create-ebook

எங்கள் மின்னஞ்சல் குழுவில் இணைந்து உதவலாம். https://groups.google.com/forum/#!forum/freetamilebooks

நன்றி !